

Sari Heikkinen, Jenni Seppänen

# VUOKATTI HUSKYN ASIAKASPALVELUPROSESSIN AUDITOINTI

## – Laadun ja turvallisuuden näkökulma

Opinnäytetyö  
Kajaanin ammattikorkeakoulu  
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala  
Matkailun koulutusohjelma  
Syksy 2006



**Kajaanin  
ammattikorkeakoulu**

## OPINNÄYTETYÖ TIIVISTELMÄ

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma
Tekijä(t) Sari Heikkinen, Jenni Seppänen	
Työn nimi Vuokatti Huskyn asiakaspalveluprosessin auditointi – laadun ja turvallisuuden näkökulma	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot	Ohjaaja(t) Jorma Korhonen
	Toimeksiantaja Vuokatti Husky
Aika Syksy 2006	Sivumäärä ja liitteet 42 + 18
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kehittää toimeksiantajana toimineen Vuokatti Huskyn tuotteiden sekä palveluiden laatua ja turvallisuutta asiakaspalveluprosessin näkökulmasta.</p> <p>Opinnäytetyö on toiminnallinen ja se koostuu kahdesta osasta. Opinnäytteen alkupuoli käsittelee ohjelmapalveluiden ja auditoinnin teoreettista taustaa. Loppupuoli koostuu auditointiprosessin raportoinnista sekä prosessin tuloksena syntyneistä kehittämisideoista.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosa käsittelee erilaisia ohjelmapalvelutyppejä, turvallisuuden ja laadun kriteereitä, auditoinnin sekä asiakaspalvelun lähtökohtia. Tietoa on kerätty perehtymällä alan kirjallisuuteen ja tutustumalla Internetissä asiaa käsitteleviin sivustoihin. Lähteenä on käytetty myös yritykseltä saatua materiaalia kuten turvallisuusasiakirjoja, yrityksen kotisivuja sekä liiketoimintasuunnitelmaa.</p> <p>Vuokatti Huskylle suoritettiin auditointi, jonka perusteella suunniteltiin kehittämisideoita yrityksen tulevaa toimintaa ajatellen. Auditointiprosessin tuloksena syntyi asiakastyytyväisyyskyselylomake jonka avulla Vuokatti Husky pystyy, pitkäjänteisesti käyttämällä, tulevaisuudessa tarkkailemaan ja parantamaan asiakaspalveluprosessinsa laatua ja turvallisuutta. Lisäksi prosessin tuloksena kehittyi yrityksen toimintaa tehostavia ideoita: tuotekortit, perehdyttämiskansio sekä asiakasrekisteri.</p>	
Kieli	suomi
Asiasanat	Auditointi, asiakaspalvelu, laatu, huskysafarit, koiravaljakkoajo, ohjelmapalvelut, turvallisuus, Vuokatti Husky
Säilytyspaikka	<input checked="" type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun Kaktus-tietokanta <input checked="" type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

School Tourism	Degree Programme Tourism
Author(s) Sari Heikkinen, Jenni Seppänen	
Title Customer Service Process at Vuokatti Husky Seen from Viewpoint of Quality and Safety	
Optional Professional Studies	Instructor(s) Jorma Korhonen
	Commissioned by Vuokatti Husky
Date Autumn 2006	Total Number of Pages and Appendices 42 + 18
<p>This paper was commissioned by Vuokatti Husky which is a program service company providing mainly husky safaris. The objective of this thesis was to improve the quality and the safety of Vuokatti Husky products bearing in mind the customer service processes.</p> <p>This operational study was conducted in two parts. The first part comprises the theoretic background of program services and auditing. The second part consists of reporting the auditing process and developing ideas produced by the process.</p> <p>The theoretical part of the thesis discussed different types of program services (animation), the criteria of quality and safety and the bases of auditing and customer service. Information was gathered in tourism business literature and related internet pages. The company's safety documents, websites and business plan were also used as reference material.</p> <p>The auditing process, during which the development ideas were improved, was conducted at Vuokatti Husky. As the result of the auditing process a customer satisfaction questionnaire was created. Product cards, the orientation folder and customer register were also suggested to be created.</p>	
Language of Thesis      Finnish	
Keywords	Auditing, customer service, husky safari, quality, safety, Vuokatti Husky
Deposited at	<input checked="" type="checkbox"/> Kaktus Database at Kajaani University of Applied Sciences <input checked="" type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO	3
2 VUOKATTI HUSKY	4
2.1 Yrityksen toiminta	4
2.2 Tuotteet	4
2.3 Rekikoirat	6
2.4 SWOT-analyysi	8
3 OHJELMAPALVELUTUOTE	10
3.1 Ohjelmapalvelut	10
3.1.1 Luontomatkailu	11
3.1.2 Seikkailumatkailu	12
3.1.3 Elämys	13
3.2 Ympäristö	14
3.2.1 Kestävä kehitys	15
3.3 Matkailupalvelun ja -tuotteen laatu	17
3.3.1 Laadun kriteerit	17
3.3.2 Asiakaspalvelu	19
3.4 Matkailupalvelun ja -tuotteen turvallisuus	20
3.4.1 Turvallisuus ohjelmapalveluissa	20
3.4.2 Turvallisuus koiravaljakkotoiminnassa	23
4 TOIMINNALLINEN KEHITTÄMINEN YRITYKSESSÄ	27
4.1 Toiminnallinen opinnäytetyö	27
4.2 Auditointi	28
4.3 Asiakaspalveluprosessin kuvaus	29
5 VUOKATTI HUSKYN PALVELUIDEN JA TUOTTEIDEN KEHITTÄMINEN	32
5.1 Vuokatti Huskyn palveluiden ja tuotteiden laadun sekä turvallisuuden kehittäminen	32
5.1.1 Asiakastyytyväisyyskysely	33
5.1.2 Perehdyttämiskansio	34
5.1.3 Asiakasrekisteri	35
5.1.4 Tuotekortit	35

6 AUDITOINTIPROSESSI	37
7 YHTEENVETO JA LOPPUPÄÄTELMÄT	38
LÄHTEET	40
LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä auditointi, josta laadittiin auditointiraportti (liite). Raportin avulla Vuokatti Huskyn toivotaan pystyvän konkreettisesti kehittämään toimintaansa tulevaisuudessa. Vuokatti Husky on perustettu vuonna 2004, joten kyseessä on nuori yritys. Yrityksen alun perustamistoimintojen jälkeen ei yrityksessä ole tehty suuria muutoksia eikä kehittämissuunnitelmia.

Nykyaikainen matkailija haluaa kokea elämyksellistä matkailua koskemattoman luonnon ja kulttuurin parissa. Samalla matkailija haluaa turvata matkailun ekologisen ja sosiaalisen kestävyuden. Lisäksi nykypäivän matkailija vaatii yhä räätälöidymppää ja omaa arvokäsitystä vastaavaa palvelua.

Yritysten täytyy panostaa entistä enemmän laadun ylläpitämiseen ja tuotteiden uudistamiseen, jotta ne eivät urautuisi rutiineihin. Yritys ei itse välttämättä huomaa toiminnastaan pieniä yksityiskohtia, jotka vaatisivat muutosta. Ulkopuolisen silmiin muutoskohteet taas saattavat osua lyhyenkin tarkkailun aikana.

Tornion koiravaljakkotapaturman jälkeen ohjelmapalveluyrityksiltä on alettu vaatia erityisiä turvallisuustoimenpiteitä. Turvallisuusasiakirjat ovat olleet ennen tapaturmaakin jo pakollisia kaikille ohjelmapalveluita tarjoaville yrityksille. Tapaturman jälkeen niiden olemassaoloon on alettu enemmän kiinnittää huomiota. Yritysten on valvottava ja huolehdittava se, että sääntöjä noudatetaan, sekä se, että ne ymmärretään oikein. Erityisesti ulkomailta tulevien matkailijoiden turvallisuudesta tulee huolehtia, ettei kieliongelmissa johtuvien väärinymmärrysten takia mitään jää puolitiehen. Vaikka turvallisuusasiakirjat onkin tehty, siinä olevat asiat täytyy muistaa ottaa mukaan myös käytännön toimintaan.

Vuokatti Husky on ollut toiminnassa vasta pari vuotta, joten yritys ei ole vielä ehtinyt tehdä asiakastyytyväisyyskyselyä. Uskotaan, että auditoinnin tuloksena laaditusta asiakastyytyväisyyskyselylomakkeesta on yritykselle hyötyä. Lomakkeella tehtävän asiakastyytyväisyyskyselyn avulla yrityksellä on mahdollisuus saada asiakkailta rakentavaa palautetta, jonka avulla Vuokatti Husky pystyy näin ollen kehittämään palvelujaan ja tuotteitaan.

## 2 VUOKATTI HUSKY

Tässä kappaleessa kerrotaan Vuokatti Huskyn toiminnasta ja tuotteista. Termillä huskysafari tarkoitetaan tässä työssä vähintään viiden kilometrin reissuja, ja termillä koiravaljakkoajelu 1,5 kilometrin tutustumisajoja. Kappale selventää myös taustaa rekikoirista ja niihin liittyvistä asioista.

### 2.1 Yrityksen toiminta

Vuokatti Husky on toiminut Vuokatin vaarojen välittömässä läheisyydessä parisen vuotta. Yritys perustettiin 15.7.2004. Yrityksessä on 75 alaskan- ja siperianhuskya. Lauma on mitoitettu sopivaksi tämän kokoiseen maakuntaan. Yrityksessä työskentelee omistajien Kimmo Laasosen ja Riitta Turpeisen lisäksi yksi opas. Tarvittaessa he käyttävät myös aputyövoimaa. Yrityksen arvoja ovat turvallisuus, luotettavuus, asiakaslähtöisyys, luonnon kunnioittaminen sekä koirien hyvinvointi. Yrityksellä on paljon englantilaisia, hollantilaisia ja venäläisiä asiakkaita. (Vuokatti Husky 2006, A.)

Vuokatti Huskylla on toimintaa ympäri vuoden. Talvisin on mahdollisuus tehdä koiravaljakkoajeluita reellä ja kesäisin pyöräkärryillä. Kesäisin koirat myös toimivat vetoapuna vaelluksilla. Rekikoirakeskuksesta löytyy tilat ruokailua ja kahvittelevarten. Keskuksessa on myynnissä myös Masteryn ja Björkiksen koiranruokia, jauhelihaa ja varusteita koirille. Lisäksi myynneissä on erilaisia matkamuistoja kuten esimerkiksi t-paitoja ja pehmokoiria. Kesäaikaan asiakkailla on myös mahdollisuus ostaa muun muassa virvokkeita ja jäätelöä. (Vuokatti Husky 2006, B.)

### 2.2 Tuotteet

Talvisin tuotteina ovat erimittaiset koiravaljakkoajelut. Lumettomana aikana koirat vetävät pyöräkärryjä sekä toimivat vaelluksilla vetoapuina. Ympäri vuoden on mahdollisuus tehdä tilavierailua ja koko talven pidempiä huskysafareita, jotka sisältävät ruokailupalvelun. Mah-

dollisuus on myös maksimissaan seitsemän päivää kestäviin safareihin. Seuraavassa tarkemmin Vuokatti Huskyn tuotteet:

Kesätuotteet:

- Husky – patikka: tutustuminen rekikoirakeskukseen, opastettu vaellusretki Vuokatin vaaroilla 7–8,5 km sisältäen retkievästauon kodalla. Asiakkaalla on trekkingvyö ja koirilla vetovaljaat, joustava hihna asiakkaan ja koiran välissä.
- Nordic walking – sauvakävely: opastus sauvakävelyn perusteisiin. Ohjattu retki Vuokatin kävelyreiteillä sisältäen tekniikkaa kehittäviä harjoitteita. Sauvat käytössä koko retken ajan.
- Päiväretki Hiidenportin kansallispuistoon: Edestakainen kuljetus ja opastettu patikkaretki. Retkievästauko nuotiolla. Oppaana toimii biologi ja huskykoira.
- Sieniretki: Tietopaketti sienistä. Kahvitarjoilu sisällä. Opastettu sieniretki metsään, jossa oppaana toimii laillistettu sienineuvoja.

Talvituote:

- Päiväretki koiravaljakoilla: Tutustuminen tarhaan. Opastettu vaellusretki, matka 25–35 km ja retkievästauko nuotiolla.

Ympäri vuotiset tuotteet:

- Tarhaesittely: Opas vie asiakkaat tarhaan ja kertoo koirista, niiden toimintatavoista, ruokkimisesta ja muusta olennaisesta. Asiakkaat voivat vapaasti esittää kysymyksiä. Kesto n. 20 min.
- Valjakkoajelu: 1,5 km huskymersun/reen kyydissä.
- Tarhavierailu sisältäen valjakkoajelun: opastettu kierros tarhalla ja 1,5 km ajelu.
- Huskysafari: opastettu kierros tarhalla ja 5 km metsälenkki.

Leirikoululaisille suunnitellut paketit sisältävät tutustumisen tarhaan, lisäksi heille kerrotaan työstä, kouluttamisesta ja koirista yleensä. Vierailut sisältävät myös koiravaljakkoajelua ja



mehutarjoilun. Ryhmäohjelma eläkeläisille, seuroille ja yhdistyksille on muuten sama kuin leirikoululaisille, lukuun ottamatta mehutarjoilua.

Vuoden 2007 alusta lähtien Vuokatti Husky alkaa tehdä kahdeksan päivää kestäviä safareita Venäjän rajalle. Päivittäiset ajomatkat ovat 20–45 km. Retken aikana on myös mahdollisuus tutustua pilkkimiseen tai lumikenkäilyyn. Yöpyminen tapahtuu useissa eri paikoissa. (Laasonen 2006.)

## 2.3 Rekikoirat

Rekikoiraksi voidaan rodusta riippumatta kutsumaan koiraa, joka on koulutettu ja kykenevä vetämään rekeä. Arktiseksi rekikoiraksi voidaan sanoa siperianhuskyja, alaskanmalamuutteja, alaskanhuskyja (Suomen Kennelliiton mukaan ei virallinen rotu) sekä grönlanninpystykorvia; näistä kaikista voidaan käyttää nimitystä husky. Arktisiin rotuihin kuuluu myös samojedinpystykorva, joita jonkin verran käytetään valjakoissa, mutta niitä ei kutsuta huskyiksi. Huskyt ovat luontaisia rekikoiria rakenteensa ansiosta. (Kainulainen 2003, 56.)

Siperianhuskyn rotumääritelmä sanoo: ”Luonne ystävällinen, lempeä, mutta myös valpas ja lähtövalmis. Vahtikoiran perusominaisuus puuttuu eikä koira ole epäluuloinen vieraita kohtaan. Se ei ole tappelunhaluinen. Täysikasvuiselta koiralta voi odottaa jossain määrin pidättyvyyttä ja arvokkuutta. Sen älykkyys, sopuisuus ja innokkuus tekevät siitä miellyttävän toverin ja innokkaan käyttökoiran.” (Kainulainen 2003, 17.)

Ensimmäinen siperianhusky rekisteröitiin Suomen Kennelliittoon vuonna 1965, ja rotu alkoi sitten pikkuhiljaa yleistyä maassamme. 1980-luvun alkupuolella rekisteröintejä tehtiin noin 300 vuodessa ja 1990-luvulla rotu vakiinnutti paikkansa 30 suosituimman rodun joukkoon. 1990-luku oli myös rekikoirasafari-kennelien synnyn kulta-aikaa. Matkailuyrittäjät alkoivat markkinoida valjakkoajeluja, ja moni entinen alan harrastelija muuttikin safariyrittäjäksi Lappiin. Työllisyyskurssejakin järjestettiin otsikoin ”Ryhdy rekikoirayrittäjäksi”. Monet yritykset kuitenkin loppuivat pian heti alun jälkeen tiedon ja taidon puutteesta johtuen. Suurin osa yrityksistä toimii tällä hetkellä Lapin ja Oulun läänissä, Kuusamon läheisyydessä ja muutama pienempi yritys toimii myös Keski-Suomessa. (Kainulainen 2003, 20, 22, 24, 27.)

Suurin osa rekikeskusten koirista on siperianhuskyja tai muita arktisia rekikoiria, mm. alaskanhuskyja. Vähemmässä määrin käytetään myös grönlanninpystykorvia, samojedeja sekä muutamia alaskanmalamuutteja, ja monessa yrityksessä on käytössä myös erilaisia risteytys-

koiria. Näiden risteytyskoirien ulkonäköön on kuulema jotkin turistit vähän pettyneet, koska niillä on karvapeite huomattavasti ohuempi kuin huskyilla, ja turistit ovat kuitenkin mainosten perusteella odottaneet näkevänsä siperianhuskyja. (Kainulainen 2003, 27.)

Koirat ovat kovakuntoisia, treenatut koirat juoksevat helposti 100 km päivässä. Parhailla kilpavaljakkoilla keskinopeus on 25–28 km/h, ensimmäisten kilometrien nopeus on 35–40 km/h. (Kainulainen, 2003, 10) Safaritoiminnassa kuuden koiran valjakot juoksevat keskimäärin noin 30 kilometrin tuntivauhtia, ja kahdeksan koiran valjakot 25–30 km/h vauhtia. (Turpeinen 2006, A.)

Valjakon johtajakoiralta ja juuri sen takana tulevalle muutamalle koiralle älykkyys on tärkeä ominaisuus. Älykkäiden koirien ominaisuuksina voitaneen pitää sitä, että ne ovat henkisesti tasapainoisia ja tuntevat komentosanat. Niillä on myös hyvä suunnistusvaisto, eivätkä ne epäröi turhia. Hyvä rekikoira on myös henkisesti vahva. Rekikoirien tehtävänä ei ole vaistonvaraisesti ajaa takaa ja tappaa toinen eläin, ne eivät myös toimi puolustautumis- tai suojeluvaiston ohjaamina. Ne eivät vahdi mitään, eivät seuraa mitään, vaan tekevät työtä. Rekikoirat ovat energisiä ja niitä ohjaa halu juosta. Halu juoksemiseen on rekikoirilla verissä, eikä niitä voi siihen pakottaa, ne todella juoksevat omasta halustaan. Tärkeimpinä ominaisuuksina voidaan pitää sitä, että koirat haluavat ja jaksavat työskennellä. Hyviä ominaisuuksia ovat myös voimakkuus, kestävyys, nopeus, tasapaino, notkeus ja liikehermostollinen koordinaatio. (Kainulainen 2003, 16–19.)

Rekikoirien koulutuksessa ei voi liiaksi painottaa oikean ja vasemman käskyn hallintaa. Sen täytyy toimia kovassakin vauhdissa. Huippujohtajakoira osaa tehdä 180 asteen mutka valjakko takanaan. Koiran täytyy myös antaa rauhallisesti valjastaa itsensä reen eteen. Se ei saa sotkeutua valjaisiin ja liinoihin, mutta jos se sotkeutuu, sen täytyy itse osata selvittää sotku. Valjastettu koira ei saa välittää irrallaan juoksevista koirista. Sen täytyy ohittaa toiset valjakot ilman rettelöintiä ja kiihdyttää vauhtia komennosta. Rekikoirien täytyy olla myös ystävällisiä, jotta kaikenlaiset asiakkaat voivat lähestyä niitä turvallisesti mielin luvan saatuaan. (Turpeinen 2006, A.)

## 2.4 SWOT-analyysi

Vuokatti Huskyn vahvuuksina voidaan pitää yrittäjien vahvaa ammattitaitoa ja hyvää organisointikykyä. Yrityksellä on hyvät toimitilat. Varsinkin koirien hyvinvoinnista on huolehdittu parhaalla mahdollisella tavalla. Myös sijainti Vuokatin keskustan läheisyydessä on hyvä, ja perustuotteet ovat toimivat. (Vuokatti Husky 2006, A.)

Palveluiden kausiluontoisuus voi ilmetä yritykselle heikkoutena aiheuttamalla alhaista liikevaihtoa ja heikkoa tuottavuutta. Venäjän kielen taitamattomuus näin lähellä rajaa ja näillä venäläisturistien määrillä vaikeuttaa toimintaa. Markkinointiosaamista täytyy myös kehittää. Alan työvoimavaltaisuuden takia ei yrityksellä välttämättä ole aina mahdollisuutta saada asiantuntevaa henkilöstöä. Maaomistussuhteet voivat osaltaan vaikeuttaa reitistöjen kehittämistä. (Vuokatti Husky 2006, A.)

Mahdollisuuksina nähdään Vuokatin alueen kasvunäkymät ja niin sanotun mobiilitoiminnan kehittäminen. Jatkossa toivotaan kunnan panostustavan reitistöjen kehittämiseen. Tunnettuuden lisääntyminen Vuokatin ja Kajaanin alueen yrittäjien keskuudessa myös lisäisi mahdollisesti asiakkaita. (Vuokatti Husky 2006, A.)

Uhkatekijöinä koetaan alkutalven ja loppukauden lumenpuute. Maanomistajien asenteissa saattaa tapahtua ei-toivottuja muutoksia. Vuokatin alueen vetovoima saattaa heiketä ja kilpailutilanne muuttua. (Vuokatti Husky 2006, A.)

VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yrittäjien korkea osaaminen</li> <li>• Hyvä organisointikyky</li> <li>• Hyvät toimitilat = koirien hyvinvointi</li> <li>• Sijainti lähellä Vuokatin keskustaa</li> <li>• Hyvät perustuotteet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venäjän kielen taitamattomuus</li> <li>• Kausiluonteisuus</li> <li>• Maaomistussuhteet rajoittavat reitistöjen kehittämistä</li> <li>• Markkinointiosaamattomuus</li> <li>• Työvoimavaltaisuus</li> </ul>
MAHDOLLISUUDET	UHKATEKIJÄT
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vuokatin alueen kasvunäkymät</li> <li>• ”Mobiilitoiminnan” kehittäminen</li> <li>• Kunnan panostus reitistön kehittämiseen</li> <li>• Tunnettuuden lisääminen Vuokatin ja Kajaanin alueen yrittäjien keskuudessa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alkupalven ja loppukauden lumenpuute</li> <li>• Maanomistajien asenteet</li> <li>• Vuokatin alueen vetovoimaisuuden heikkeneminen</li> <li>• Kilpailutilanteen muuttuminen</li> </ul>

Taulukko 1. SWOT-analyysi. (Vuokatti Husky 2006, A.)

### 3 OHJELMAPALVELUTUOTE

Ohjelmapalveluosiossa kerrotaan erilaisista Vuokatti Huskyn toimintaa käsittelevistä ohjelmapalveluista. Osiossa kerrotaan myös elämyksestä, sen synnystä sekä ympäristönäkökohdistta. Lisäksi selvitetään matkailupalvelun ja tuotteen laatuun sekä turvallisuuteen liittyviä asioita.

#### 3.1 Ohjelmapalvelut

Tavaran ja palvelun tuotteistamisella on erona se, ettei palvelua voida varastoida tai laittaa uudelleen käyttöön, vaan se tuotetaan ja käytetään samanaikaisesti. Tavarahan taas voi valmistaa etukäteen, paketoita ja varastoida. Jokainen asiakaskontakti, retki tai tapahtuma on ainutlaatuinen kokemus. Yrittäjien pitäisi tehdä mahdollisimman tarkkoja tuotekuvauksia, joiden avulla asiakas tietää mitä on saamassa, mitä tuote tai palvelu häneltä edellyttää ja mitkä ovat todelliset kustannukset. Tuotteista viestimisen täytyy myös olla selkeää ja rehellistä, ettei asiakkaalle esimerkiksi puhelinkeskustelun tai nettisivujen perusteella synny liian suuria odotuksia tuotteita tai palveluita kohtaan. Pieniäkään yksityiskohtia ei saisi pitää itsestäänselvyksinä, ettei sattuisi turhia väärinkäsityksiä odotusten suhteen. (Viherkoski 1998, 10.)

Tuotteen saatavuuden täytyy olla kunnossa. Pitäisi varmistaa, ettei esimerkiksi vanhentuneita esitteitä olisi missään jakelussa. Yrityksen kannattaisi melkein pitää kirjaa siitä, minne ovat esitteitä vieneet. Näin he voisivat välittää uusia esitteitä vanhentuneiden tilalle ja huolehtia, ettei vanhoja esitteitä jää käyttöön. Yrityksen yhteystiedoissa olevasta puhelinnumerosta olisi hyvä vastata henkilön, joka pystyy vastaamaan asiakkaan kysymyksiin suoraan ja kertomaan yrityksestä ja tuotteista tarpeeksi. Jätettyihin yhteydenottopyyntöihin olisi hyvä myös vastata mahdollisimman pian. (Viherkoski 1998, 28.)

Verhelän ja Lackmanin (2003, 94) mukaan ohjelmapalvelut jaetaan seuraaviin tyyppeihin: luonto-, liikunta-, terveys-, kulttuuri-, ruoka-, perinne- ja seikkailumatkailuihin. Vaikka ohjelmapalvelut on luetteloitu tietyllä tavalla, ei yksittäistä matkailijalle toteutettavaa ohjelmaa pystytä läheskään aina luokittelemaan esitetyllä tavalla. Esimerkiksi seikkailumatkatuotteen

sisältö on useinkin samantyyppinen liikunta-, luonto- tai urheilumatkailun kanssa. Aina ei siis pystytä erottelemaan selkeästi, mistä matkatyypistä on kysymys.

Markkinoilla on lukuisia yrittäjiä, joiden tuotteet ja tuotteiden toteuttamistavat noudattavat samoja kaavoja. Kilpailu asiakkaista on kovaa ja kovenee koko ajan. Avain menestymiseen löytyy tulevaisuuden asiakkaiden tarpeiden huomioimisesta sekä panostamisesta tuotteiden kehittämiseen ja uusien tuotteiden luomiseen. (Verhelä & Lackman 2003, 95.)

Ohjelmapalveluissa asiakkaan osallistumisaste voi olla kolmenlaista:

- Matkailija tai asiakas toimii passiivisena tarkkailijana maksuttomassa tilanteessa, esimerkiksi koskinäytöksen seuraaminen ja auringonlaskun ihaileminen.
- Matkailija on katsojana maksullisessa ohjelmassa eikä itse osallistu aktiivisesti varsinaiseen toimintaan, esimerkiksi opastetut retket ja tapahtumat.
- Matkailija itse osallistuu aktiivisesti toimintaan maksullisessa ohjelmapalvelussa, esimerkiksi safarit ja seikkailut. (Verhelä & Lackman 2003, 95.)

Jokaisessa toiminta-asteessa on palvelun tuottajan ja toteuttajan kannalta kysymys matkailun ohjelmapalvelun tuottamisesta tai toteuttamisesta. Se ei ole riippuvainen asiakkaan tai matkailijan osallistumisesta. Matkailun ohjelmapalveluna pidetään siis sellaisiakin kulttuuriohjelmaa, tapahtumia tai näytöksiä, joissa asiakas kokee elämyksen katsojan ja seuraajan roolissa. Tämä ei vähennä palvelua tuottavan ja toteuttavan henkilöstön merkitystä asiakkaan elämyksen syntymisessä eikä heidän vastuutaan tuotteesta ja palvelusta. (Verhelä & Lackman 2003, 95.)

### 3.1.1 Luontomatkailu

Hemmin (1995, 158) mukaan luontomatkailu on luonnonympäristössä tapahtuvaa matkailua. Luontomatkailuaktiviteetit tapahtuvat pääsääntöisesti aidossa luonnonympäristössä lihasvoimin ilman ylimääräisiä teknisiä ja energiaa kuluttavia apuvälineitä. Lihasvoiman tuottajana voi toimia matkailija itse tai luonnossa vetoeläiminä käytetyt eläimet.

Suomalaiset ovat kiinnostuneita luontomatkailusta. Luontolomilla ei pelkästään nautita luonnon rauhasta, vaan myös harrastetaan erilaisia aktiviteetteja. Kotimaan matkailusta noin neljännes on nykyään luontomatkailua. (Ympäristöministeriö 2006.)

Matkailun yleiseen määritelmään perustuen luontoaktiviteetit voidaan lukea matkailuun liittyviksi silloin, kun ne toteutetaan harrastajan kotipaikkakunnan ulkopuolella. Luontomatkailuaktiviteetit jaetaan luontoliikunta-aktiviteeteiksi, luonnonharrastus-aktiviteeteiksi ja muiksi aktiviteeteiksi. Koiravaljakkoajelut kuuluvat tämän jaottelun perusteella viimeisimpään kastiin. (Hemmi 1995, 232.)

Yleisesti ottaen koiravaljakkoajeluita toteutetaan matkailukeskusten ympäristössä muutaman kilometrin pituisina tilausajoina tai pitempinä retkinä. Reitit kulkevat yleensä valmiilla urilla, koska umpilumessa vetäminen on koirille raskasta. Nykyään osataan jo kesäisinkin ottaa koirat mukaan toimintaan. Esimerkiksi Vuokatti Husky tarjoaa kesällä mahdollisuuden koiravaljakkoajeluihin kärryillä. Lisäksi koirien kanssa voi lähteä vaeltamaan Vuokatin vaaroille.

Luontomatkailutuotteet eivät välttämättä aina onnistu suunnitellulla tavalla. Joku koirista saattaa esimerkiksi kesken safarin loukata itsensä tai keli voi yllättävästi muuttua. Mahdollisuuksia muutoksiin on paljon, ja näin ollen tuotteisiin täytyy jättää aina joustovara. Tässä asiakaspalvelijan rooli on tärkeä, koska hänen täytyy sovittaa tuote aina kulloiseenkin tilanteeseen.

### 3.1.2 Seikkailumatkailu

Huskysafaritoiminta voidaan laskea kuuluvaksi myös seikkailumatkailuun. Tällä tarkoitetaan tuotetta, jossa matkustajan elämys syntyy aktiivisesta osallistumisesta uuteen, erilaiseen, usein jännittävään tai pelottavaan kokemukseen normaalista poikkeavassa ympäristössä. Seikkailu on jännittävä, pulmallinen ja joskus vaarallinenkin normaalista elämäntilasta poikkeava monivaiheinen tapahtuma. Nämä elementit ovat keskeisiä elämyksen syntymisessä. (Verhelä & Lackman 2003, 178.)

Seikkailumatkailussa matkailija itse on aktiivinen osallistuja. Hänen motivaationsa lähtee halusta kokea jännitystä ja odottamattomia asioita. Myös halu kokeilla omia henkisiä ja fyysisiä rajojaan liittyvät seikkailumatkailuun. Tämä koostuukin kokemuksesta, ympäristöstä, suorit-

tamisesta, motivaatiosta, koetusta riskistä sekä aktiviteeteista. (Verhelä & Lackman 2003, 179, 183.)

Verhelä & Lackman (2003, 180) pitävät seikkailun peruslähtökohtana sitä, että seikkailija toimii aktiivisesti sekä henkisesti että ruumiillisesti. Seikkailija tekee siis jotain sellaista, missä sekä henkiset että fyysiset voimavarat tulevat käyttöön. Seikkailun tulisi olla asiakkaalle uusi ja haasteellinen tapahtuma, jollaista hän ei ole aikaisemmin tehnyt tai kokenut.

Huskysafarit voidaan lukea kuuluvaksi yhteen seikkailumatkailun tasoon: virkistysseikkailuun. Tällaiset tuotteet ovat yleensä fyysisesti ja henkisesti helpohkoja ja lyhytkestoisia. Vauhdista, uusista tilanteista ja omasta aktiivisuudesta syntyy matkailijoiden jännitys. Muita virkistysseikkailuun lukeutuvia ryhmiä ovat muun muassa kevyet vaellukset, villieläinten tarkkailu, koiravaljakkoajelut sekä kevyen safarin poroajelut. (Verhelä & Lackman 2003, 183.)

### 3.1.3 Elämys

Elämys tarkoittaa emotionaalista kokemusta, jolla on positiivinen ja kohottava vaikutus (Borg, Kivi & Partti 2002, 25). Elämyksen syntyminen on hyvin henkilökohtainen asia. Se ei aina vaadi kaikilla ihmisillä seikkailun elementtejä. Matkailijan elämys muodostuu seikkailumatkalla vahvoista kokemuksista, joihin hän osallistuu vapaaehtoisesti. Asiakas siis osallistuu itse aktiivisesti tuotteen toteutukseen. (Verhelä & Lackman 2003, 178–179.)

”Matkailija, joka käyttää matkansa aikana ohjelma- tai opaspalveluita, pyrkii useimmiten saamaan matkallaan uusia kokemuksia tai elämyksiä” (Verhelä & Lackman 2003, 34). Jokaiselle matkailijalle elämys on henkilökohtainen. Elämys on voimakkaasti vaikuttava kokemus, yleensä ainutkertainen ja positiivinen tai tapahtuma, joka tekee voimakkaan vaikutuksen. Elämys jää mieleen. (Verhelä & Lackman 2003, 35.)

Matkailu on toimintaa, elämyksen saavuttamiseen pyrkivää tekemistä. Usein matkailu määritellään johonkin tiettyyn paikkaan tai ajankäyttöön kohdistuvaan tekemiseen. Suunnitellussa matkalle lähtöä, elämyksen ideaali syntyy mielessä. Se, miten tämä ideaali toteutuu matkalla, on varsinainen elämys, jota arvioidaan jälkikäteen. Elämysodotuksiin vaikuttaa aiempi elämyshistoria. Kuten kaikkeen tekemiseen, niin myös elämykseen, liittyy aikaperspektiivi. (Borg ym. 2002, 27.)



Yritys voi vaikuttaa elämyksen syntymiseen ja laatuun tarjoamalla puitteet sekä tekniset edellytykset. Mahdollisesti yritys voi myös ohjata kokemuksen syntymistä. Palvelun tuottaja ja toteuttaja pystyy vaikuttamaan omalta osaltaan asiakkaan elämyksen syntymiseen palvelun teknisen laadun ja vuorovaikutuksen avulla. Asiakkaasta ja hänen lähtökohdistaan riippuen elämyksen tuottava tapahtuma tai kokemus voi periaatteessa olla mitä tahansa. (Verhelä & Lackman 2003, 35.)

Ohjelmapalveluissa on tärkeää kulttuurierojen huomioiminen, sillä Suomessa matkailee paljon ulkomaalaisia asiakkaita. Erityisen tärkeää on, etteivät kulttuuriset eroavaisuudet eri ihmisten ja kansojen välillä pääse häiritsemään elämyksen syntymistä. On pohdittava sitä, miten paljon omaa kulttuuria on järkevää tarjota vieraasta kulttuurista tuleville. Kulttuurin kulluttamiseen vaikuttavat matkailijan demografinen tausta (ikä, sukupuoli, jne.), harrastukset, kielitaito, paikallisen elämän tuntemus tai kiinnostus siihen. (Verhelä & Lackman 2003, 36–37.)

Koiravaljakkoajelut voidaan siis ajatella kuuluvan elämymatkailun piiriin, koska valjakkoajelun päämäärä ja koko retki yleensä pohjautuvat uusien elämysten kokemiseen. Koiravaljakkoajeluihin osallistuva asiakas kokee erilaisia elämyksiä, jotkut todella voimakkaita voitettuaan esimerkiksi pelkonsa koiria kohtaan. Matkailussa yleensä, luontomatkailussa varsinkin, asiakas saattaa kohdata hyvin erilaisen maailman normaaliin totutusta. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2005.)

### 3.2 Ympäristö

Luontomatkailussa täytyy luonnollisesti ottaa ympäristö huomioon. Lainsäädäntö antaa omat asetukset ja määräykset, mutta täytyy muistaa, että ammattimainen toiminta ei ole suoranaisesti rinnastettavissa jokamiehen oikeuksiin. Lähtökohtana luonnossa toiminnalle voidaan pitää sitä, että kunnioitetaan luontoa eikä aiheuteta sille minkäänlaisia ylimääräisiä häiriöitä. (Viherkoski 1998, 56.) Esimerkiksi yrityksen on syytä välttää kertakäyttöastoiden käyttöä, ja muutenkin huolehtia hyvästä hygieniasta. Varusteet ja tarvikkeet on syytä hankkia kestävän käytön periaatteita noudattaen.

Valtion teitä saa käyttää ryhmien kanssa liikuttaessa vapaasti, mutta yksityisillä teillä säännöllisesti liikuttaessa täytyy pyytää lupa maanomistajilta. Heiltä täytyy myös kysyä lupa maiden käyttöön, mikäli asiakkaita viedään maastoon. Vesillä saa liikkua vapaasti asiakasryhmien kanssa. On kuitenkin muistettava, ettei saa mennä 150 metriä lähemmäksi toisten omistamia rakennuksia. (Viherkoski 1998, 56–57.)

Luonnossa liikuttaessa olisi hyvä ottaa huomioon, että liikutaan lakien ja hyvien tapojen mukaisesti ja viedään vain pieniä ryhmiä kerrallaan maastoon. Asiakkaille olisi hyvä kertoa luonnosta ja sen kunnioittamisesta mahdollisuuksien mukaan. Heille voi myös mainita siitä, millaisia ympäristöhaittoja luonnossa liikkumisesta voi aiheutua. Nisäkkäiden ja lintujen elämää ei tulisi häiritä, soidinajat tulisi huomioda sekä uhanalaiset ja harvinaiset lajit tulisi ottaa erityiseen huomioon. Ylimääräisen melun aiheuttamista ja luonnon kulumista tulisi välttää. Oltiin huolehdittava siitä, ettei minkäänlaisia jätteitä jäisi luontoon. Yrityksessä kannattaa miettiä, miten jätteen määrän saisi vähennettyä minimiin. Näin välttyttäisiin turhilta kuljetuksilta ja säilytystiloilta. (Viherkoski 1998, 58.)

### 3.2.1 Kestävä kehitys

Koska kaikki toiminta tapahtuu jossakin ympäristössä, on matkailullakin vaikutuksia omaan ympäristöönsä. Nykyaikainen matkailija on ympäristötietoinen ja pyrkii kuluttamaan luontoa mahdollisimman vähän. Voidaankin puhua ympäristövastuullisesta matkailusta. Samalla kuitenkin luonnonnähtävyydet ovat tärkeitä matkailullisia vetovoimatekijöitä, jolloin saattaa käydä, että matkailija osin tahtomattaan järkyttää arkaa luonnonympäristöä ja sen biodiversiteettiä eli luonnon monimuotoisuutta. (Järviluoma 1993, 31.)

Ympäristövastuullinen matkailu toimii yhdistävänä tekijänä matkailun ja ympäristönsuojelun välillä. Ympäristövastuullisen matkailun avulla matkailun aiheuttamat ympäristöhaitat ja luonnon, kulttuurien ja ihmisten riisto vähenevät. (Borg & Condit 1997, 62.)

Ympäristövastuullinen matkailu pyrkii myös edesauttamaan kestävästä kehitystä alueella. Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan paitsi luonnon säilymiseen liittyvää ekologista kestävyyttä, myös sosiaalista, taloudellista ja kulttuurista kestävyyttä. Nämä peruselementit tukevat toisiaan ja ovat toisistaan riippuvaisia. Kestävyyttä voidaan vahvistaa vähentämällä kuljetuksia, käyttämällä rakentamisessa paikallisia materiaaleja ja paikallista työvoimaa, valitsemalla ener-

giatehokkaita käytäntöjä, vähentämällä jätteitä ja lisäämällä kierrätystä, käyttämällä ympäristömerkintöjä ja avustamalla paikalliskulttuurin ja luonnonsuojelua. (Borg & Condit 1997, 48.)

Ekologiseen kestävyYTEEN vaikuttavat lukuisat asiat; ilmastonmuutos, luonnon monimuotoisuuden väheneminen, uusiutuvien sekä uusiutumattomien luonnonvarojen käyttö sekä fossiilisten polttoaineiden käyttö. Ilmastonmuutoksessa mahdollisia merkittäviä seuraamuksia ovat erilaiset ääri-ilmiöt, kuten myrskyt sekä voimakkaat kylmyys- ja kuumuusjaksot. Näin ollen lumi saattaa olla maassa vähemmän aikaa ja pienemmillä alueilla, jolloin huskysafarit rekiä käyttäen vähenevät ja reitistöjä joudutaan muuttamaan. Jos sateiden määrä lisääntyy, asiakkaiden määrä saattaa siitä johtuen vähentyä. Jos luonnon monimuotoisuudessa tapahtuu suuria muutoksia, asiakkailta ei ole välttämättä enää niin paljon koettavaa kuin ennen. Fossiilisten polttoaineiden väheneminen vaikuttanee myös varmasti osaltaan matkailuun, jos esimerkiksi vaihtoehtoisia polttoaineita ei ole tarpeeksi käytössä. (Borg ym. 2002, 37.)

Kestävän kehityksen perusidea on, että ihmisen ja luonnonsuojelun edut kulkevat käsi kädessä. Ihmisen toiminta olisi suunniteltava niin, että se kuormittaisi luontoa mahdollisimman vähän. Parhaassa tapauksessa matkailu voi olla luonnonsuojelun liittolainen. Kehitysmaissa hyvin suunniteltu luontomatkailu merkitsee sitä, että paikalliset asukkaat saavat tuloja alueen luonnon säilyttämisestä. Maailman luonnonsäätiö tarkoittaa kestäväällä luontomatkailulla vastuullista matkustamista, joka edistää luonnonympäristön suojelua ja alkuperäisväestön hyvinvointia. (Maailman luonnonsuojelusäätiö WWF 2006.) Puhutaankin ympäristövastuullisesta matkailusta tai kestävän kehityksen mukaisesta matkailusta.

Kestävä kehitys huskysafaritoiminnassa tarkoittaa reittien kannalta sitä, että pyritään käyttämään jo olemassa olevia pohjia ja reittejä yleensäkin niin, että ne kuormittaisivat luontoa mahdollisimman vähän. Toiminta kaikessa laajuudessaan tulisi olla mahdollisimman ympäristöystävällistä. Luonnossa liikuttaessa tulisi pyrkiä hyödyntämään jo olemassa olevia polkuja. Olisi hyvä miettiä myös vaihtoehtoisia reittejä, koska säännöllinen liikkuminen kuluttaa luontoa. (Eklund 2003, 68.)

Koiravaljakkourasta jää vain vähäinen jälki luontoon verrattuna esimerkiksi moottorikelkkauriin. Koiravaljakko on myös saasteeton kulkupeli, koska ne ei kuluta polttoaineita. Koulutetut koirat eivät hauku juostessa eli niistä ei aiheudu meluhaittoja.

Ekotehokkuus painottaa palveluyhteiskunnan kehittämistä, mikä on hyvä uutinen matkailuelinkeinolle. Matkailuelinkeinon kannalta ekotehokkaita periaatteita ovat palvelutalon lisääminen, materiaalien, päästöjen ja energian käytön minimointi sekä uusiutuvien luonnonvarojen kestävä käyttö. (Borg ym. 2002, 53.)

Kestävään kehitykseen kuuluu osaltaan kestävien valintojen tekeminen. Esimerkit voivat olla hyvinkin yksinkertaisia. Käytetään laadukkaita tuotteita, jotka kestävät pitkään, ja pyritään välttämään kertakäyttötavotteita, jotka on tuotettu maapallon toisella puolella. Jos esimerkiksi kertakäyttöastioita on pakko käyttää, voi nykyään valita luonnonmateriaaleista tehdyt välineet, jotka ovat muovisia vaihtoehtoja ekotehokkaampia vaihtoehtoja. Olisi hyvä myös suosia kotimaisia vaihtoehtoja, ja ruokailuja toteuttaessa lähiruokaa. Energian, materiaalien ja veden käytön sekä jätehuollon tehostaminen tuo yritykselle konkreettisia kustannussäästöjä.

Nykyään kuluttajat ovat yhä enemmän tietoisempia ympäristöstä. Yhä useammat ovat myös valmiita muuttamaan omia jokapäiväisiä kulutus- ja elämäntapatottumuksiaan ympäristöarvojen mukaisiksi. Useat suosivat elämyksiä ja aineettomia palveluita materiaallisen kulutuksen sijasta. Moni kuluttaja arvostaa ympäristövastuullista ja eettistä tuotantoa. Näin ollen ympäristö kohoaa merkittäväksi laadun osatekijäksi myös matkailutuotteissa. Ympäristövastuun huomioiminen yrityksissä parantaa heidän asemiaan valloittamalla uusia markkinoita, savuttamalla kilpailuetua ja luomalla myönteistä yrityskuvaa. (Borg ym. 2002, 42.) Ympäristölupa ei ole pakollinen kaikille ohjelmajärjestäjille. Esimerkiksi pienille huskysafariryksille lupa on vapaaehtoinen. Vaikka Vuokatti Husky on pieni yritys, heiltä löytyy ympäristölupa.

### 3.3 Matkailupalvelun ja -tuotteen laatu

Matkailupalvelun ja -tuotteen laatu osiossa käsitellään laadun sekä asiakaspalvelun peruslähtökohtia.

#### 3.3.1 Laadun kriteerit

Japanista on lähtöisin ajattelumalli, jonka mukaan asiat tehdään kerralla oikein. Laadua ei pysy enää jälkikäteen muuttamaan. Tämä ajattelumalli myös vaikuttaa työn tehokkuuteen. Pe-

ruslähtökohtana hyvään laatuun päästäkseen täytyy tietää asiakkaan tarpeet ja odotukset siksi, että yritys voi vastata näihin odotuksiin. (Karlöf & Östblom 1993, 47.) Asiakkaat määrittelevät itse millaista palvelun tai tuotteen laatu on; hyvää vai huonoa. Arviointi on käynnissä koko sen ajan, jonka he ovat palvelun kanssa tekemisissä, ei pelkästään sen loputtua. (Viherkoski 1998, 7.)

Lähtökohta on se, että ihmiset tekevät laadun. Teknisestä laadusta vastaa yritys, kun taas henkilöstö vastaa toiminnallisesta laadusta. Henkilökunnan käytöksestä huomaa hyvin sen, mitä se ajattelee yrityksestä ja sen laadusta. Laatu on toiminnan lisäksi myös tehokkuutta ja virheettömyyttä. Laatu on siis jokaisen yhteinen asia. (Vuokatti Husky 2006, C.)

Koettuun palveluun vaikuttavat seuraavat tekijät: luotettavuus, reagointialttius, pätevyys, saavutettavuus, kohteliaisuus, viestintä, uskottavuus, empatia, turvallisuus ja toimintaympäristö. Laadukkaaksi koetun palvelun kriteereinä voidaan pitää ammattitaitoa, asennetta ja käyttäytymistä, lähestyttävyyttä, luotettavuutta ja uskottavuutta, normalisointia ja mainetta. (Vuokatti Husky 2006, C.)

Jokaisen yrityksen täytyy itse päättää, millaista laatua he tavoittelevat. Halutun laadun saavuttaminen edellyttää järjestelmällistä työtä. Yrityksillä, jotka tuottavat korkealaatuisia tuotteita tai palveluita, on todettu muun muassa seuraavanlaisia ominaisuuksia:

- asiakkaiden odotuksien ymmärtäminen
- laatuun sitoutuminen
- laatukulttuuri yrityksessä
- asiakaspalautteen hyödyntäminen
- konkreettiset tavoitteet ja niiden standardoitu mittaaminen
- henkilöstön aloitteellisuuden kannustaminen. (Laakso 1999, 228.)

Tärkeimpänä kohtana voitaneen pitää asiakkaiden odotuksien ymmärtämistä. Laatuun sitoutuminen on suuri haaste yrityksille. Aitoon sitoutumiseen ei voi pakottaa ketään, vaan se on kiinni jokaisen työntekijän omista asenteista. Tärkeä osa laadun hallintaa on myös asiakaspalautteen hyödyntäminen. (Vuokatti Husky 2006, C.)

Yksinkertaisuudessaan hyvän laadun kriteerejä ovat asiakkaiden ja henkilöstön tyytyväisyys sekä toiminnan kannattavuus. Laadun käsitteenä voi myös pitää odotuksien ja ennakkokäsityksien suhdetta kokemukseen. (Eklund 2003, 174.)

### 3.3.2 Asiakaspalvelu

Toimiminen asiakaspalvelussa edellyttää työntekijältä hyviä sosiaalisia taitoja ja palveluhalua, koska toimiminen oppaana on ennen kaikkea palveluammatti. Vuorovaikutustaidot ja hyvät tilanteiden hallintakyky ovat hyödyllisiä. Asiakkaiden tarpeet, toiveet ja odotukset on hyvä huomioida ja täyttää mahdollisuuksien mukaan muuttuvissakin tilanteissa.

Lista hyvän asiakaspalvelijan ominaisuuksista on loputon. Vaaditaan hyvää esiintymistaitoa, paineensietokykyä, erilaisuuden ymmärtämistä, tarkkaavaisuutta, huumorintajua, omaaloitteisuutta, ystävällisyyttä ja reippautta. Asiakkaat täytyy ottaa huomioon heti kun he astuvat yrityksen tiloihin. Heitä kannattaa lähestyä reippaasti ja ystävällisesti. Ensivaikutelma on erittäin ratkaiseva tulevaa ajatellen. Asiakkaat tekevät ensimmäiset vaikutelmat muutamien kymmenien sekuntien perusteella, vaikka asiakaspalvelija ei olisi ehtinyt tehdä vielä juuri mitään. Asiakkaita on hyvä katsoa silmiin ja kätellä heitä mahdollisuuksien mukaan. Asiakaspalvelijan koko olemus vaikuttaa mielipiteiden muodostamiseen. (Viherkoski 1998, 30.)

Selkeästi kerrotun, lyhyen esittelyn jälkeen on hyvä aloittaa varsinaisesta palvelusta kertominen. Kerrottaessa palvelun kulkua asiakkaille, on myös hyvä varmistaa että kaikki ymmärtävät yhteiset pelisäännöt. Asiakaspalvelijan täytyy hallita äänenkäyttönsä ja puhetyylinsä tilanteiden mukaan. Eikä riitä, että hän on vain hyvä puhuja, vaan hänen täytyy myös osata kuunnella. Oman ammattisanaston käyttöä kannattaa välttää, ettei asiakas tunne itseään tyhmäksi jos ei sitä ymmärrä. Asiakaspalvelijan täytyisi omata hyvä yleissivistys, jotta hän pystyy keskustelemaan asiakkaiden kanssa erilaisista asioista. (Viherkoski 1998, 30.)

Asiakaspalvelijan rooliin kuuluu ennen kaikkea auttaminen ja opastaminen. Oppaana toimimessa täytyy myös osata sopeutua joukkoon. Diplomaattiset taidotkin saattavat joutua välillä koetukselle, koska täytyy yrittää viimeiseen asti välttää asiakkaan nolaamista missään tilanteessa. (Eklund 2003, 172.)

### 3.4 Matkailupalvelun ja -tuotteen turvallisuus

Matkailupalveluiden ja -tuotteiden turvallisuus osiossa käsitellään turvallisuuteen liittyviä seikkoja sekä yleisesti ohjelmapalveluissa että koiravaljakkotoiminnassa.

#### 3.4.1 Turvallisuus ohjelmapalveluissa

Matkailupalveluiden myynnissä ja markkinoinnissa turvallisuus on noussut merkittäväksi myyntiargumentiksi kaupallisessa ohjelmapalvelutoiminnassa. Ohjelmapalvelujen normistosakin johtoajatuksena on turvallisuus. (Verhelä & Lackman 2003, 50.) Tulevaisuuden keskeisenä kehittämisalueena ohjelmapalveluyrityksissä ovat turvallisuushallinta sekä ongelmatilanteisiin varautuminen. Turvallisuus on osa laatua, johon jakelutie ja asiakkaat kiinnittävät jatkossa entistä enemmän huomiota valintoja tehdessään. (Heinäluoto 2005, 54.)

Matkailun ohjelmapalvelujen turvallisuuteen vaikuttavat monet tekijät. Näitä ovat asiakkaat, asenteet, palvelua ohjaava henkilöstö, turvallisuussuunnittelu, olosuhteet, varusteet, välineet, kalusto sekä palvelua järjestävä yritys. Matkailun ohjelmapalvelujen normistossa turvallisuustekijät ryhmitellään vielä toimintaympäristöön, välineisiin ja suorittajiin liittyviin tekijöihin. (Verhelä & Lackman 2003, 49.)

Matkailijan valitessa kohdettaan kohdealueen ja paikkojen ympäristön turvallisuus on yksi päätökseen vaikuttavista tekijöistä. Suomi on turvallinen maa, sillä täällä ei esiinny poliittisista syistä johtuvia uhkia, eikä ainakaan vielä ole terrorismin kohdealueena. Myöskään rikollisuus ei ole kasvanut uhaksi. Luontomatkailussa ympäristön turvallisuuteen kuuluu myös petoeläinten pelko ja luonnonvoimien vaarallisuus. Ohjatussa palvelussa näistä mikään ei saa aiheuttaa asiakkaille uhkaa. (Verhelä & Lackman 2003, 50.)

Ohjelma- ja opastuspalvelun tulee olla niin asiakkaille kuin palvelua tuottaville henkilöille turvallista ja riskitöntä. Myös tuoteturvallisuuslain mukaan elinkeinonharjoittajan on noudatettava olosuhteiden edellyttämää huolellisuutta, jotta kulutustavarasta tai kuluttajapalvelusta ei aiheudu vaaraa kuluttajan terveydelle tai omaisuudelle. Lisäksi palvelun on tapahduttava luvallisilla ja turvallisiksi todetuilla alueilla. (Heinäluoto 2005, 55.)

Toimintaympäristönä palvelun tuottaja käyttää vain luvallisia ja turvallisia alueita. Koiravaljakkoajelun reitit tulee tarkistaa ennakkoon, eikä niitä pidä reitittää liian vaativiin maastoihin. Palvelun tuottaja vastaa ja varmistaa asiakkaan toiminnalle turvallisen toimintaympäristön vaatimuksista ja varasuunnitelmista. Ohjelmapalvelun tarjoaja on myös velvollinen ilmoittamaan alueen ylläpitäjälle havaitsemistaan toimintaympäristöön liittyvistä turvallisuusriskeistä. (Heinäluoto 2005, 58.)

Tuotteen turvallisuuteen vaikuttavat tärkeimpinä tekijöinä henkilökunnan osaaminen ja asenne. Palvelua toteuttavien henkilöiden on tunnettava toimintaympäristön olosuhteet ja osattava tuote niin hyvin, ettei asiakkaille aiheudu vaaraa. Heidän on myös käytöksellään hädettävä luottamusta, tunnettava omat resurssinsa ja rajansa, oltava hyväkäytösisä, rauhallisia sekä kokeneita oppaita tai ohjaajia. (Verhelä & Lackman 2003, 51.) Heidän on tunnettava oman alansa turvamääräykset ja huolehdittava, että kaikki noudattavat niitä. Palvelun tarjoajat voivat jopa keskeyttää palvelun tuottamisen tai perua sen kokonaan, mikäli se estää onnettomuuden tai vakavan vahingon sattumiselta. (Heinäluoto 2005, 56.)

Tuotteen turvallisuuteen vaikuttavat myös palvelun toteuttamisessa käytettävät laitteet ja välineet, joiden soveltuvuus on testattava ja niiden toiminta hallittava (Verhelä & Lackman 2003, 51). Laitteiden ja välineiden on oltava hyväksytyjä, turvallisia ja käyttötarkoitukseen soveltuvia. Eikä saa unohtaa ensiapuvälineitä tai viestintä- ja hälytysvälineitä, joiden toimintakunto tulee tarkastaa tietyin väliajoin. Palvelun tuottajan tulee varmistua myös toteuttajan välineiden ja laitteiden osaamisesta. (Heinäluoto 2005, 56.)

Asiakkaalle olisi hyvä ennakkoon ilmoittaa omien varusteiden tarpeesta ja retken vaativuudesta. Itse paikan päällä tulee selvittää ja neuvoa kuljettavasta reitistä, olosuhteista sekä laitteiden ja välineiden oikeasta käytöstä. Asia tulee selvittää niin, että sen kaikki ymmärtävät. Palvelua toteuttavan henkilön on varmistettava ohjeiden perillemenosta. Asiakkaalle on myös selvitettävä tuotteen turvalliseen toteuttamiseen liittyvistä perusedellytyksistä, muun muassa käyttäytyminen koiravaljakkoajon aikana ja aikataulut. (Heinäluoto 2005, 57.)

Palvelun tuottajan vastuulla on huolehtia siitä, että turvatoimet ovat suunniteltuja ja harjoiteltuja. Lisäksi toimintaan on laadittava turvallisuutta lisäävät varasuunnitelmat, esimerkiksi reitimuutokset. (Heinäluoto 2005, 57.) Turvallisuuden kannalta erityisen tärkeää on poikkeustilanteiden hallinta. Henkilökunnan on osattava toimia nopeasti ja asiantuntevasti, jos jonkin-



lainen hätätilanne ilmenee. Kullekin tuotteelle tulisi tehdä riskianalyysiin perustuva turvallisuussuunnitelma. Pelastus- ja pelastautumissuunnitelma on osa turvallisuussuunnitelmaa. Lisäksi turvallisuussuunnitelmaan sisältyy tiedotusohje mahdollisia tuotteen vaaratilanteita ja onnettomuustapauksia varten. (Verhelä & Lackman 2003, 51.)

Asiakas hakee kokemuksia eli asiakkaan mielessä syntyviä henkilökohtaisia tunnetiloja, johon palvelun tuottaja voi luoda edellytykset ja puitteet. Asiakkaan kokemuksen tulisi olla mieleen jäävä ja positiivinen. Mikäli vaara aiheuttaa asiakkaalle tunteen siitä, että hänen tai hänen seuralaisensa henki on vaarassa, ei tunne ole enää positiivinen. Tällaista vaaraa ihminen kuitenkin kestää hetkellisesti. Mikäli tunne jatkuu pitkään, se muuttuu ahdistavaksi, eikä pelastautuminen aiheuta enää samanlaista nautinnollista tunnetta, kuin hetkellisen vaaran yllättäessä. Tällöin asiakkaalle ei jää hyvä mielikuva tuotteesta tai palvelusta. Ihminen viihtyy uusissa ja vieraissa ja jopa uhkaavissa tilanteissa niin kauan kuin hänellä itsellään on tunne tilanteen kontrollista. Ohjelmapalveluita tuotettaessa on pyrittävä huolehtimaan siitä, että kontrollin tunne säilyy asiakkaalla koko palvelun ajan. (Verhelä & Lackman 2003, 52.)

Ohjelmapalvelun suorittamisen jälkeen jännittävää tai pelottavaa tilannetta pitää purkaa. Mikäli asiakas on kokenut voimakasta pelkoa, on häntä autettava työstämään pelon käsittelyssä. Tällaista henkilöä tulee kannustaa kertomaan kokemuksistaan. Ohjaajan tai muiden osallistujien pitää kuitenkin välttää omaksumasta itselleen asiakkaan pelon tunnetta. (Verhelä & Lackman 2003, 53.)

Kaikessa toiminnassa asiakkaiden kanssa yhtenä perusatteena voidaan pitää sitä, että asiakkaiden kanssa tehdään vain mikä osataan. Oppaan täytyy tiedostaa omat rajat ja kyvyt realistisesti. Hän ei vahingossakaan saa mennä niiden rajojen ääreläidalle, jolloin turvallisuus saattaisi vaarantua. Tutuissa toiminnoissa sattuu yleisimmin onnettomuuksia, ja ihmisillä on myös tapana hieman rehennellä omilla osaamisillaan. Vaikka asiakas kuinka kertoisi osaavansa jonkin asian, oppaan täytyy varmistaa asia, ennen kuin jättää asiakkaan työskentelemään yksin. (Viherkoski 1998, 49.)

Perusvaatimuksina turvalliseen luonto-ohjelmaan voitaneen pitää sitä, että oppaalla on kompassi ja kartta mukanaan. Hänen tulee myös osata käyttää niitä. Oppaan on oltava ensiaputaitoinen ja hänellä täytyy olla ensiapulaukku mukanaan. Hänen pitää myös tietää lähin asutus mistä hälyttää ja saada tarvittaessa apua. Oppaan on tunnettava paikat, mistä loukkaantunut henkilö voidaan helposti noutaa. Oppaan on siis tunnettava reitti mitä hän asiakkaiden kanssa käyttää. (Vuokatti Husky 2006, D.)

Oppaan on hyvä huolehtia siitä, että matkapuhelimessa on safarille lähtiessä akku ladattuna. Hänen täytyy varautua erilaisten sääolosuhteiden muutoksiin ja niiden vaikutukseen asiakkaiden turvallisuutta ajatellen. (Vuokatti Husky 2006, D.)

Asiakkaille täytyy myös kertoa etukäteen se, voivatko he käyttää safarin aikana alkoholia. Oppaan täytyy tarkistaa asiakkaiden varusteiden kunto ennen safarin alkua. Jos safariin liittyy tarjoilua, täytyy muistaa elintarvikkeita käsiteltäessä huolehtia hyvästä hygieniasta. Ruokailuun liittyvistä turvallisuusnäkökulmista ei kerrota tässä työssä tarkemmin, koska ne ovat oma asiansa käsittelyineen, säilytyksineen ja lämpötiloineen. Etukäteen on hyvä selvittää asiakkaiden mahdolliset allergiat, erikoisruokavaliot ja lääkehoidot. Tulen kanssa täytyy muistaa erityinen varovaisuus, koska nykyään osa kankaista on erittäin palonarkoja. Oppaan tulee tietää ensisammuttimien sijainti.

Yrittäjän kannattaa ottaa vähintäänkin vastuuvakuutus, joka korvaa mahdollisista omista laininlyönneistä tapahtuneet vahingot. Myös ryhmätapaturmavakuutuksen ottamista kannattaa harkita. Asiakkaita on hyvä muistuttaa esimerkiksi varusteluettelossa, että heillä olisi voimassaolevat henkilökohtaiset matka- ja tapaturmavakuutukset. (Viherkoski 1998, 54–55.)

### 3.4.2 Turvallisuus koiravaljakkotoiminnassa

Koiravaljakkotoiminnassa toimivan oppaan on syytä osata erilaisia erätaitoja, hallita ensiapu ja pelastuspalvelut. Jos joskus sattuu jotain, niin oppaan tulee osata korjata tilanne. Luonnon- sekä paikallistuntemus täytyy olla hänellä hallinnassa. Erätaitoihin voidaan ajatella kuuluvan ainakin suunnistus- ja tulentekotaidot. Oppaan tulee pitää omasta fyysisestä kunnostaan huolta.

Paloturvallisuuden tarkistamiseen kannattaa kiinnittää erityistä huomiota, mikäli tuli kuuluu retkeen missään elementissä. Monet tekokuidut syttyvät ja palavat erittäin nopeasti. Oppaan tulee varmistua kaikkien tuotteiden ja varusteiden ehjyydestä.

Ennen safarin alkamista kannattaa tehdä varustetarkistus. Oppaan tulee varmistaa, että asiakkailta on käytössään säänmukainen varustus ja tarpeeksi lämpimiä vaatteita. Varustuksen suhteen oppaan täytyy olla tiukka. Huonoja varusteita käytettäessä, varsinkin pidemmällä safareilla, tulee helposti paleltumia. Hatun ja hanskojen täytyy ehdottomasti olla kunnolliset, ja kenkien on syytä olla normaalia isommat. Oppaan on hyvä neuvoa asiakkaita sormien ja varpaiden liikuttamisesta safarin aikana paleltumien ehkäisemiseksi. Viikkosafareilla täytyy oppaan myös huolehtia käsineiden, kenkien ja muiden vaatteiden kuivumisesta yön aikana. Oppaan täytyy myös seurata asiakkaiden kasvoja, etteivät ne ala näyttämään paleltumien merkkejä. Lähdössä tulee tarkistaa, ettei asiakkaalla ole käytössä maskia, joka helposti kerää kosteutta. Kasvot voi suojata paremmin huivilla. (Turpeinen 2006, B.)

Varmuuden vuoksi oppaan kannattaa pakata mukaansa myös puukko, vara neck-line, lukollinen liina, sekä pari koirien talutushihnaa. Vähintään päivän mittaisille retkille on hyvä varata mukaan varavaljaat, ensiapupakkaus, tulitikut, avaruushuopa, pientä evästä, lämmintä juotavaa sekä kirves. Pidemmällä safareilla oppaan on syytä varautua ylimääräisellä vaatekerralla, vähintään rukkasilla ja villasukilla, asiakkaiden puutteiden korjaamiseen matkan varrella. (Vuokatti Husky 2006, E.)

Oppaan täytyy myös huomioida, ettei ohjattavasta ryhmästä tule liian isoa. Näin on helpompi varmistua kaikkien asiakkaiden turvallisuudesta. Karavaanin täytyy pysyä koko ajan yhdessä jonossa ja oppaan tulee tietää missä asiakasvaljakot ovat. Vuokatti Huskylle yksi opas voi maksimissaan ottaa mukaansa 5 valjakkoa. Valjakoiden välimatkojen olisi hyvä olla 10–20 metriä, ettei eksymisiä pääsisi tapahtumaan. (Vuokatti Husky 2006, F, G, H.)

Lähdön yhteydessä ajouralla ei saa olla minkäänlaisia esteitä tai ylimääräisiä asiakkaita. Näin minimoidaan yhteentörmäyksen riski asiakkaiden kanssa, jos koirat sattuisivat vahingossa kääntymään. Mikäli ryhmä ajaa pelkästään pihapiiriin kuuluvalla 1,5 kilometrin radalla, muut asiakkaat odottavat omaa vuoroaan aidan takana. (Laasonen 2006.)

Kaikenlaiset toiminnot tulee opettaa asiakkaille hyvin. Varsinkin asiakkaiden itse ajaessa valjakkoa, reen ohjaamiseen täytyy kiinnittää erityistä huomiota. Heidän on myös hallittava erilaiset käskyt, muun muassa seis, vasen ja oikea. Asiakkaille tulee myös opettaa, miten he

omalla painonsiirrollaan vaikuttavat reen liikkumiseen. Oppaan täytyy varmistua, että asiakkaat hallitsevat jarrujen käytön ja pitävät ohjauskaaresta aina vähintään toisella kädellä kiinni. (Vuokatti Husky 2006, H.) Oppaan kyydittäessä asiakkaita, on hyvä kertoa, miten toimia, jos opas tipahtaa jalaksilta.

Vuonna 2005 Torniossa tapahtunut koiravaljakko-onnettomuus johti kahden nuoren italialaisen kuolemaan. Jottei Tornion kaltaisia tapaturmia pääsisi tapahtumaan, tulee oppaan tai oppaiden varmistaa reitti koko valjakkoajon ajan. Mitään kohtaa ei saa jättää varmistamatta, varsinkin jos kyseessä on rautatien, niin kuin Torniossa oli, tai muiden vaarallisten paikkojen ylitys. Näissä kohdissa ainakin yhden oppaan tulee varmistaa asiakkaiden selviytyminen turvallisesti toiselle puolelle. Hämärä ja pimeän aika talvella tulisi ottaa erityisesti huomioon, mikäli tiedetään reitin kulkevan vaarallisten ylityspaikkojen kautta. On tietenkin mietittävä, pitääkö reitin kulkea juuri siitä kohtaa vai onko mahdollista kulkea eri reittiä. (Kaleva.plus 2005.)

Kaikki tämä korostaa matkanjärjestäjän vastuuta. Turistit saattavat toimia itselleen täysin vieraissa olosuhteissa täysin väärällä tavalla. Monet turistit tulevat ensimmäistä kertaa pohjoiseen hakemaan ainutlaatuisia elämyksiä, ja näin kokemaan lumen, kylmän sekä pimeän olosuhteet. Ei myöskään voi olettaa, että asiakkaat oivaltaisivat, milloin jokin tilanne on yllättäen kehittymässä aivan väärään suuntaan. Vastuu kuuluu siis loppukädessä oppaalle. (Kaleva.plus 2005.)

## YLEISIÄ OHJEITA KOIRAVALJAKKOSAFAREIHIN

Alla on lueteltu tiivistettynä yleisiä ohjeita koiravaljakkosafarin toteuttamiseen.

- Noudatettava turvallisuus- riskienkartoitus- ja pelastussuunnitelmaa
- Vastuuhenkilöt nimettävä ja apuohjeet oltava lähellä
- Retkille ammattitaitoiset oppaat, jotka tuntevat koirat, reitit, maastot ja olosuhteet
- Oppaiden määrä vaihtelee osallistujien sekä reitin vaativuuden mukaan
- Retkien ja reittien suunnittelu (maastot, olosuhteet, ylitykset, jää, omat ajourat) otettava huomioon, myös mahdollisten maanomistajien lupa
- Asiakkaan vaatetus asianmukainen (talvi, kesä, muut sääolosuhteet)
- Ohjeistus riittävää välineistä, ajamisesta, reitistä, olosuhteista sekä mahdollisista ongelmatilanteista
- Välineiden huolto ja kunnossapito
- Opas tarkkailee ryhmää ja huomioi ryhmän edellytykset suoriutumiselle (kunto, paino, vaatetus)
- Joissakin tapauksissa voidaan estää asiakkaan pääsy retkelle, esimerkiksi asiakkaan ollessa päihteiden alainen
- Koiria tulee kouluttaa, ja niiltä on vaadittava tietynlaista tottelevaisuutta ja käytöstä
- Koirat valitaan ryhmän, olosuhteiden, uran ja kelin mukaan
- Asiakkaat saavat tutustua koiriin
- Ensiapuvälineet sekä muut tarvittavat varusteet (varavaatteet, tulentekovälineet, evästä, juotavaa, lamput) olosuhteiden mukaan

(Erä-Suden huskysafari; Kuluttajavirasto 2003; Vuokatti Husky 2006, D, E, F, I.)

## 4 TOIMINNALLINEN KEHITTÄMINEN YRITYKSESSÄ

Toiminnallinen kehittäminen yrityksessä osiossa käsitellään opinnäytetyön toiminnan taustalla olevaa teoriaa. Selvennetään, mitä tarkoittavat toiminnallinen opinnäytetyö, auditointi sekä asiakaspalveluprosessi.

### 4.1 Toiminnallinen opinnäytetyö

Toiminnallinen opinnäytetyö on vaihtoehto ammattikorkeakoulujen tutkimuksellisille opinnäytetöille. Opinnäytetyössä on tärkeää yhdistää käytännön toteutus ja sen raportointi tutkimusviestinnän keinoin. On suositeltavaa, että opinnäytetyöllä on toimeksiantaja. (Airaksinen & Vilka 2003, 9, 16.)

Toiminnallisessa opinnäytetyössä on pyrkimyksenä kehittää jotain sosiaalista kohdetta, ryhmän toimintaa, tiettyä hanketta tai tuotetta. Tutkimusprojektin eteneminen tapahtuu sykleittäin suunnittelusta toimintaan, havainnoinnista tulosten arviointiin. Tutkimusprojektin jäsenet osallistuvat aktiivisesti kaikkiin tutkimusprosessin vaiheisiin ja tutkimuksen kulku raportoidaan.

Toiminnallinen opinnäytetyö on joustava ja mukautuva. Se sallii vuorovaikutuksen, tilanteenmukaisen kokeilun ja uuden keksimisen (innovaatiot). Toisaalta; tavoitteet liittyvät yleensä vain tiettyyn tilanteeseen, mahdollinen otos saattaa olla rajoitettu ja epäedustava eikä tilanteessa välttämättä pyritä riippumattomien muuttujien kontrolliin. Tuloksilla on usein merkitystä vain itse kohteelle, eli tarkoitus ei ole tavoitella yleistettäviä tuloksia.

Toteutustapa tarkoittaa keinoa, jolla materiaali hankitaan ja miten se toteutetaan. Yleensä se on kompromissi tekijöiden resursseista, toimeksiantajan toiveista, kohderyhmän tarpeista sekä ammattikorkeakoulun vaatimuksista. (Airaksinen & Vilka 2003, 57.)

Toiminnallisen opinnäytetyön raportista selviää mitä ja miten on tehty, työprosessin kulku ja millaisia tuloksia on saavutettu (Airaksinen & Vilka 2003, 65). Reflektointi palauttaa toiminnan kulun osallistujien mieleen. Se on samalla aktiivinen osa tutkimusta, ja toiminnan arviointiprosessi. Se antaa osallistujille mahdollisuuden oppia ja kehittää näkemystään eteenpäin.

## 4.2 Auditointi

”Auditointi on hyödyllistä etsittäessä yksittäisen projektin prosessien kehityskohteita. Auditointi on yhden tai useamman henkilön suorittama yrityksen tai muun organisaation prosessien tutkinta, joka voi johtaa prosessin kehittämistoimenpiteisiin.” (Manninen, Matikainen & Miettunen 2005.)

Laatuauditointi on järjestelmällistä ja riippumatonta tutkintaa. Siinä määritellään ovatko laatutoiminnot ja niiden tulokset suunnitelmien mukaiset, toteutetaanko suunnitelmia tehokkaasti ja ovatko ne tavoitteiden kannalta tarkoituksenmukaisia. Auditointi voidaan jaotella sisäiseen tai ulkoiseen auditointiin. Sisäinen auditointi tapahtuu organisaation sisällä. Siinä mitataan organisaation vahvuudet ja heikkoudet ja niitä verrataan asetettuihin standardeihin. Ulkoisessa auditoinnissa toinen yritys tai kolmas osapuoli suorittaa auditoinnin tarkasteltavasta kohteesta. (Kaartinen 2000.)

Valmistautuessaan auditointiin auditoija tekee suunnitelman auditoinnin tarkoituksesta, laajuudesta, auditointiresursseista ja käytettävästä standardista. Hän myös perehtyy auditoitavaan asiaan tai prosessiin, laatii tarkistuslistan ja ilmoittaa auditoinnin kohteelle tulevasta auditoinnista. (Kaartinen 2000.)

Auditointi on muodollinen tilaisuus, jonka aikana tarkastetaan tuotteen tai toiminnan laatu vertaamalla sitä dokumentaatioon tai standardiin. Auditointi on käytännön, eli todellisen, tapahtuneen toiminnan tutkimista. Toiminnan tarkastelun jälkeen auditoijat kirjoittavat raportin, johon havainnot kirjataan. Raportin pohjalta voidaan laatia suunnitelma kehitystoimenpiteiksi. Johdon tehtävänä on jatkossa huolehtia korjaavista toimenpiteistä ja suunnitelmien toimeenpanosta. Koko henkilöstö kuitenkin kannattaa sitouttaa laadun kehittämiseen. (Heikkilä 2005.)

Auditointi tuottaa yritykselle puolueetonta tietoa. Sen avulla voidaan kartoittaa laatuun liittyviä ongelmakohtia, vähentää kustannuksia ja tunnistaa uusia mahdollisuuksia. Henkilöstökoulutuksen tehokkuutta ja laitteiden suorituskkyä voidaan arvioida sekä tukea laatutyötä ja varmistaa, että vaatimukset täyttyvät. (Kaartinen 2000.)

Auditointi ei kuitenkaan ole ihmisten kritisointia, eikä esimiesten keino alaisten arviointiin. Auditoinnissa auditoijan tehtävänä ei ole kertoa, miten asiat tulisi yrityksessä hoitaa. Hänen ei myöskään tulisi suoraan pyrkiä arvioimaan laatujärjestelmän hyvyttä tai huonoutta. Audi-

toijan tulisi ainoastaan tarkastella sekä kirjata muistiin tilanteita ja tapahtumia. Myöhemmin havainnot tilanteista ja tapahtumista tulisi kuitenkin raportoida. (Heikkilä 2005.)

#### 4.3 Asiakaspalveluprosessin kuvaus

Pesosen, Mönkkösen & Hokkasen (2000, 84) mukaan palveluprosessilla tarkoitetaan toimintaketjua, josta asiakas saa hänen tarpeitaan täyttävää palvelua. Matkailualalla on vasta viime vuosina käsitelty toimintaa erilaisina prosesseina, kun taas teollisuudessa vastaavia järjestelmiä on käytetty jo useita vuosikymmeniä.

Matkailutuote koostuu suurelta osin erilaisista palveluprosesseista, joissa asiakas on mukana. Palveluammattilaisten täytyy hallita useita erilaisia palveluprosesseja samanaikaisesti pystyäkseen viemään palvelu loppuun saakka. (Pesonen ym. 2002, 84.)

Erilaisten toimintaprosessien tunnistaminen ja kuvaaminen on oman työn ja toimivan asiakaspalvelun kannalta hyvin tärkeää (Pesonen ym. 2002, 84). Asiakaspalveluprosessi voidaan jakaa eri vaiheisiin: sisään tulovaihe, odotusvaihe, palveluvaihe, palvelun päättäminen, sekä jälkivaikutelma.

Sisään tulovaiheessa asiakas arvostaa huomatuksi tulemistä. Esimerkiksi katsekontaktilla, hymyllä ja tervehtimisellä on asiakkaalle suuri merkitys. Näin asiakas kokee, että hänet on otettu huomioon. Alkuvaiheessa myös opasteet auttavat asiakasta toimimaan, mikäli henkilökohdasta ohjausta ei ole. (Pesonen ym. 2000, 85.)

Odotusvaiheessa asiakas odottaa omaa palveluvuoroaan. Tällöin hänellä on aikaa tutustua yrityksen tiloihin, ilmapiiriin sekä toisiin asiakkaisiin. Odotusvaihe voi kestää muutamasta sekunnista jopa useaan kymmeneen minuuttiin. (Pesonen ym. 2000, 85.) Esimerkiksi asiakkaan saapuessa Vuokatti Huskyn pihaan oppaat eivät välttämättä heti voi aloittaa toimintaa, jos asiakas tulee ilman ajanvarausta. Oppailla voi olla jokin tärkeä asia kesken, mitä ei voi jättää myöhemmäksi, esimerkiksi koiratarhalla voi olla ruokinta kesken. Koirat tulee ottaa huomioon asiakastilanteissa. Toiminta tapahtuu välillä niidenkin ehdoilla.

Palveluvaihe jaetaan edelleen ensivaikutelmaan asiakaspalvelijasta, palvelun asiallisuuteen, palveluauliuteen sekä palveluun yleensä. Kun asiakas pääsee suoraan kontaktiin asiakaspalvelijan kanssa, hän arvioi muun muassa asiakaspalvelijan yleisvaikutelmaa, persoonaa, ilmeitä,



eleitä, ryhtiä, vaatetusta ja hymyä. Hymy voi esimerkiksi korvata monia asioita tilanteesta riippuen. (Pesonen ym. 2000, 85.)

Asiakaspalvelijan vaatetus on yksi yrityksen yleisilmeeseen vaikuttava tekijä. Tuleeko huskysafariopas asiakkaita vastaan likaisissa, märissä ja koirankakalle haisevissa vaatteissa, vai pyrkiikö hän ensin puhdistamaan ja vaihtamaan vaatteensa ennen asiakkaiden saapumista. Kuten Vuokatti Huskylä, yritys ei aina voi tietää ilman ajanvarausta saapuvista asiakkaista. Tästä syystä onkin hyvä säilyttää varavaatteita takahuoneessa, joita voi ottaa käyttöön tarvittaessa nopeasti.

Kun asiakaspalvelutilanteessa keskustellaan varsinaisesta asiasta, esimerkiksi asiakkaan valitessa itselleen sopivaa tuotetta Vuokatti Huskyn tuotevalikoimasta, asiakas arvioi palvelun ammattimaisuutta ja asiantuntemusta. Kuinka hyvin asiakaspalvelija tuntee tuotteensa sekä pystyy niistä kertomaan ja keskustelemaan? Asiakaspalvelijan olisi myös hyvä omata taito esittää kysymyksiä. Näin hän pystyy esittelemään oikeita tuotteita ja oikeahintaisia palveluja asiakkaalle, jolloin asiakkaan tarpeet tulisi huomioitua mahdollisimman hyvin. (Pesonen ym. 2000, 85.)

Palveluaulius lähtee jokaisen työntekijän asenteesta työhön ja toisiin ihmisiin. Haluaako työntekijä oikeasti auttaa asiakasta ja ratkaista hänen ongelmiaan? Jos asiakaspalvelijan mielipiteet erilaisista ihmisistä tulevat keskustelussa esiin kielteisessä muodossa, saattaa asiakas tehdä johtopäätöksiä koko palvelusta. Hänelle voi syntyä tästä syystä kielteisiä ajatuksia koko yritystä kohtaan, eikä tällöin ole tyytyväinen kokemaansa palveluun. (Pesonen ym. 2000, 85.)

Palveluauliutta on vaikea oppia, mutta se ei ole mahdoton tehtävä. Joillakin ihmisillä vain on luonnostaan aito kiinnostus auttaa ja palvella toisia ihmisiä. Aito kiinnostus lähtee toisen ihmisen kuuntelemisesta ja halusta auttaa häntä parhaan taitonsa ja kykynsä mukaan. (Pesonen ym. 2000, 86.)

Asiakas arvioi myös muiden asiakkaiden saamaa palvelua. Mikäli palvelu on erilaista eri ihmisille, saattaa asiakas miettiä tämän syytä ja näin ollen kokea palvelun negatiivisena. (Pesonen ym. 2000, 85.) Miksei kaikkia voisi palvella samalla lailla? Esimerkiksi tilanteissa joissa huskysafariyritykseen tulee kaksi asiakasryhmää yhtä aikaa, toinen on varannut palvelunsa, toinen ryhmä ei. Ottaako opas molemmat ryhmät innokkaasti vastaan, vai keskittyykö hän enemmän varanneisiin asiakkaisiin, joita hän jo osasi odottaa? Miten tehdä järjestelyt, kulkevatko ryhmät yhtenä isona ryhmänä vai toinen ryhmä eri oppaan mukana? Molempien ryh-

mien pitäisi olla yhtä tärkeitä yritykselle, olivat he varanneet palvelunsa tai eivät. Asiakkaita tulee kuunnella ja pyrkiä toteuttamaan heidän toivomuksensa niin hyvin kuin vain mahdollista.

On kuitenkin totta, ettei asiakaspalvelijalla voi aina olla paras päivä. Asiakaspalvelijalta vaaditaan kuitenkin tiettyä otetta työstään. Esimerkiksi oppaan tulisi pystyä keskustelemaan asiallisesti kaikkien asiakkaidensa kanssa, eikä pyrkiä tartuttamaan huonoa mieltään heihin. Mikäli on usein huonolla mielellä tai kokee ärsyntyä tekemästään työstä, kannattaa miettiä, onko oikealla alalla.

Kuinka palvelu tulisi päättää? Asiakkaalla pyörii monia kysymyksiä mielessään palvelun päättämiseen liittyen. Miten maksaminen hoidetaan? Miten kiitetään? (Pesonen ym. 2000, 85.) Esimerkiksi, kun huskysafari on saatu päätökseen, ja asiakkaat ovat kahvitelleet rauhassa, on maksamisen aika. Asiakaspalvelijan ei tule kiirehtiä maksun suhteen. Asiakkaat hoitavat sen omalla tahdillaan. Mikäli asiakkailla ei ole kiire, he voivat jäädä vielä jutustelemaan toviksi, ennen kuin harkitsevat maksamista.

Oppaan on hyvä kysyä asiakkaiden mielipiteitä tuotteesta. Näin asiakkaat voivat antaa heti suoraa palautetta, ja opas tietää, onko tuote onnistunut asiakkaiden mielestä. Tässä siis opas kuulee risuja ja/tai ruusuja, joista hän voi ottaa opikseen.

Hyvästely on myös yksi palveluun liittyvä asia, jolla on asiakkaalle suuri merkitys. Onko yritys kiinnostunut vain hänen rahoistaan, vai kiinnostaako asiakas häntä myös ihmisenä? ”Kiitos käynnistä!” on usein kuultu lausahdus. Asiakkaan korvaan varmasti kuulostaisi paremmalta ”Kiitos käynnistä ja hyvää päivänjatkoa Teille.” On kuitenkin muistettava, että erilaisten lausahdusten ja fraasien on sovittava sanojansa suuhun, muutoin sanonta kääntyy sanojaansa vastaan. (Pesonen ym. 2000, 85–86.) Omaperäinen toivotus lähteville asiakkaille jää varmasti heidän mieleen, ja näin koko palvelusta voi jäädä positiivinen mielikuva.

Asiakas arvioi jälkivaikutelmaa vasta palvelutapahtuman jälkeen. Kaikesta saamastaan kohtelusta muodostuu asiakkaalle kokonaiskuva, jota hän arvioi ja jonka perusteella hän päättää, oliko palveluprosessi hyvä vai huono. (Pesonen ym. 2000, 86.)

## 5 VUOKATTI HUSKYN PALVELUIDEN JA TUOTTEIDEN KEHITTÄMINEN

Seuraavassa osiossa käsitellään palveluiden ja tuotteiden laadun sekä turvallisuuden kehittämisen taustaa. Selvitetään myös asiakastyytyväisyyden sekä perehdyttämiskansion taustalla olevia asioita.

### 5.1 Vuokatti Huskyn palveluiden ja tuotteiden laadun sekä turvallisuuden kehittäminen

Laadun kehittämisessä on otettava huomioon asiakkaan, henkilöstön, työprosessien sekä liiketalouden näkökulma. Kulmakivinä voidaan pitää dokumentointia, mittaamista, faktoihin perustuvaa päätöksentekoa ja ennakkointia. Suunnitelmallisuus, systemaattinen toimintatapa, virheiden eliminointi sekä jatkuva parantaminen ovat myös tärkeitä tekijöitä. (Vuokatti Husky 2006, C.)

Laadun kehittämistyöhön on kaikkien osapuolten sitouduttava. Yrityksen johdosta täytyy lähteä esimerkillisyys sitoutua työskentelemään laadun parantamiseksi. Laadusta huolehtiminen ei saa jäädä vain yhden työntekijän niskoille, vaan kaikkien on noudatettava laadittua ohjeistusta. Näin siis koko henkilökunta sitoutuu yrityksen kehittämiseen. Tämä voi auttaa työyhteisön työnteon viihtyisyyttä, ammattitaitoa ja osaamista sekä kasvattaa jokaisen vastuuta ja aloitteellisuutta. (Vuokatti Husky 2006, C.)

Käytännössä laadun kehittämisen hyödyt näkyvät monissa eri asioissa. Uusien työntekijöiden perehdyttäminen helpottuu sekä työntekijöiden tyytyväisyys lisääntyy. Yrityksen kilpailukyky paranee ja yritys kehittyy entistä asiakaslähtoisemmäksi. Laadun kehittäminen tukee kokonaisvaltaista kehitystä. Myös sisäinen kustannustehokkuus ja kannattavuus paranevat. (Vuokatti Husky 2006, C.)

Tuotteiden kehittäminen ei ole tärkeää pelkästään uusien asiakkaiden toivossa, vaan myös asiakassuhteiden säilymisen takia. Erilaisten tuotteiden avulla erotutaan kilpailijoiden joukosta. Tuotteiden ei välttämättä tarvitse olla kovinkaan erilaisia kuin kilpailijoilla, mutta erilaiset - omaperäiset - nimet esimerkiksi auttavat erottautumaan kilpailijoista. Kovin paljon ei palveluiden hintaa kannata alentaa, koska huomattavasti edullisempi hinta kilpailijoihin nähden saattaa aiheuttaa epäilyksiä asiakkaiden mielissä tuotteen laatua kohtaan. (Viherkoski 1998, 11.)

Selkeästi tuotteistetut palvelut ovat hyväksi sekä asiakkaita että itse yritystä ajatellen. Niistä asiakas näkee mitä on luvassa, eikä odota liikoja. Näin ollen yrittäjänkään ei tarvitse olla neuvottomana asiakkaan pyytäessä esimerkiksi jotain ylimääräistä kesken sovitun retken.

Kehitysideat kannattaa kirjata aina paperille. Voidaan ajatella, että tuote on toteuttamiskunnossa silloin, jos joku tuntematon, alan hommat osaava henkilö osaisi toteuttaa palvelun kirjallisen kuvauksen perusteella. Korjatut ja uudet palvelut on myös hyvä testauttaa käytännössä ennen asiakkaille tarjoamista, jotta sitä voidaan vielä tarvittaessa korjata. Testaaminen käytännössä auttaa kehitystyötä kahdella eri tavoin. Testiasiakkailta saa kokemuseräisiä kommentteja ja palvelun tarjoaja oppii huomaamaan, miten erilaiset ihmiset oikeasti reagoivat palveluun. Testaamisen aikana palvelun tarjoaja oppii myös itse käytännössä huomaamaan kehittämiskohteita, mitä ei suunnittelun ja paperille kirjoittamisen aikana ole tullut esille. (Viherkoski 1998, 23.)

Testiasiakkaat voivat olla omasta lähipiiristä tai tuntemattomia. Pääasia testaamisessa on se, ettei asiakkaiden palvelun laadun suhteen yhtään tingitä. Työntekijät eivät saa ajatella, että nämä eivät ole maksavia asiakkaita. Asiakaspalvelun laatu saattaisi tällöin kärsiä, koska työntekijät eivät välttämättä näyttäisi parasta osaamistaan. Testiasiakkailta voi pyytää hyvinkin yksityiskohtaista palautetta, koska heidäthän on paikalle nimenomaan kutsuttu tuotteen testausta varten. (Viherkoski 1998, 23.)

### 5.1.1 Asiakastytyväisyyskysely

Asiakastytyväisyystutkimuksia on tehty jo monen vuoden ajan, ja niiden tekeminen yleistyy koko ajan. Yrityksissä on huomattu, miten tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää laadun ja palveluiden kehittämisen kannalta. Asiakastytyväisyystutkimuksia on tarpeen tehdä tietyn

väliajoin, jotta yrityksessä voidaan seurata laadun kehittymistä. Samalla se kertoo yrityksen kaikkien tuotteiden laadun tason, eli toimii kokonaisvaltaisena mittarina. (Vuokatti Husky 2006, C.)

Asiakastyytyväisyyttä kannattaa mitata, koska asiakkaat ovat henkilöitä, jotka markkinoivat yrityksen tuotteita ja palveluja eteenpäin, hyvässä sekä pahassa. Erittäin tyytyväinen asiakas kertoo saamastaan hyvästä palvelusta noin viidelle henkilölle, toisaalta taas yhtä valitusta kohden on olemassa 20 samanlaista, jotka eivät ole tulleet esille. Erittäin tyytymätön asiakas kertoo kokemuksestaan noin 20 henkilölle. (Vuokatti Husky 2006, C.)

Yleisesti uskotaan, että 96 prosenttia tyytymättömistä asiakkaista ei koskaan tee valitusta, osittain siksi että he eivät löydä sopivaa kanavaa mihin valittaa. Näistä ”hiljaisista” tyytymättömistä asiakkaista 60–90 prosenttia ei kuitenkaan enää uudemman kerran osta tuotetta tai palvelua, johon on ollut tyytymätön. 90 prosenttia heistä, jotka valittavat, eivät enää uudemman kerran osta tuotetta tai palvelua samasta paikasta. Tämän vuoksi olisi tärkeää, että jokaisella yrityksellä olisi jatkuvan palautteen periaatteella toimiva asiakastyytyväisyyttä seuraava ohjelma. (Lahtinen & Isoviiita 1998, 89.) Jopa 75 prosenttia tyytyväisistä asiakkaista vaihtaa palvelun tarjoajaa (Vuokatti Husky 2006, C.).

Yritykselle on myös kuusi kertaa kalliimpaa löytää uusi asiakas kuin pitää vanha. Kaikista helpointa markkinointia on asiakkaiden odotusten ylittäminen kerta toisensa jälkeen positiivisesti. Tästä kertoo sekin, että sukulaisten ja tuttavien suositukset vaikuttavat asiakkaan päätöksiin jopa 65 prosenttia. (Vuokatti Husky 2006, C.)

Ikävistäkin valituksista kannattaa pitää kirjaa, josta myös ilmenee, kuinka valitukset on hoidettu. Näiden tietojen avulla voi kehittää omia tuotteitaan ja hallita palvelujen tuottamiseen liittyviä riskejä. (Viherkoski 1998, 34.)

### 5.1.2 Perehdyttämiskansio

Nykyään yritykset ovat alkaneet panostaa uusien työntekijöiden perehdyttämiseen. Näin he säästävät sekä aikaa että rahaa. Hyvän perehdyttämisen avulla uusien työntekijöiden alun toimettomuus oman epävarmuutensa takia vähenee, samoin kuin virheiden tekeminen.

Perehdyttämistä helpottaa huomattavasti kunnollinen perehdyttämiskansio. Siihen on hyvä koota kaikki mahdolliset asiakirjat, ensiapu- sekä turvallisuussuunnitelma. Myös yrityksen toimintaa käsittelevät tiedot, kuten henkilöstön yhteystiedot sekä toimenkuvat olisi hyvä laittaa perehdyttämiskansioon. Siihen on hyvä liittää tiedot alueesta, alue- ja reittikartat, sijainti sekä pohjapiirustukset. Perehdyttämiskansioon on myös tarpeellista laittaa kaikki muut tärkeät yhteystiedot, kuten pelastusviranomaisten sekä eläinlääkärien.

### 5.1.3 Asiakasrekisteri

Asiakasrekisteri toimii apuna tuotekehityksessä ja markkinoinnissa. Rekisteriä voi käyttää oman muistinsa tukena eri tavoin, esimerkiksi suunnitellessa tuotetta asiakkaan tarpeita vastaavaksi. Jos tuttu asiakas tilaa tuotteen tai palvelun, voi rekisteristä tarkistaa onko asiakkaalla ennen ollut minkäänlaisia erityistoiveita. Uuden asiakkaan tietoja (esimerkiksi ryhmäkoon perusteella) voi peilata muiden asiakkaiden tietoihin. (Viherkoski 1998, 27.) Asiakasrekisterin tietojen avulla voi myös kohdentaa hyvin markkinointia esimerkiksi yrityksille pikkujoulukautena.

Rekisteriin on hyvä kirjata ylös asiakkaan perustietojen lisäksi tietoa esimerkiksi ryhmien koostumuksesta ja luonteesta; kotimaisia tai ulkomaalaisia, työporukka, vieraat, ikäjakauma, sukupuoli. Ylös voi laittaa asiakkaiden tuntemuksia; mihin he olivat tyytyväisiä tai mihin pettyneitä. Asiakasrekisteriin kannattaa myös kirjata omat yhteydenotot asiakkaisiin, esimerkiksi jos yritys on laittanut tarjouksen tai joulutervehdyksen. (Viherkoski 1998, 27.)

### 5.1.4 Tuotekortit

Yrityksen olisi hyvä tehdä tuotekortit jo ennen toiminnan aloittamista. Tuotekorteissa yritys kuvaa toimintaa ja toimintaan sisältyviä tapahtumia. Näistä he voivat jälkeenpäin tarkastella ovatko retket toteutuneet ajatellulla tavalla. Myöhemmin tuotekorttien sisältöä voi muokata, mikäli palveluihin tai tuotteisiin tulee muutoksia.

Asiakas saa todenmukaisen käsityksen palvelusta tuotteen avulla, kun palveluntarjoaja on tuotteistanut sen. Näin asiakas saa sitä, mitä on odottanutkin.

Asiakkaalle annetuissa tuotekorteissa olisi hyvä olla selkeä ja yksiselitteisesti kerrottu tuotteen sisältö tai palvelu. Kohderyhmä, kesto, hinta, varustetarve, erityisedellytykset esimerkiksi hyvä kunto, tapahtumapaikan sijainti ja muut asiakkaan päätöksentekoon liittyvät seikat tulisi ilmetä tuotekorteista.

## 6 AUDITOINTIPROSESSI

Auditointia suunnitellessa tavoiteltiin konkreettisia kehitysideoita, Vuokatti Huskyn palveluiden ja tuotteiden kehittämiseen laadun ja turvallisuuden näkökulmasta. Teorian pohjalta laadittiin auditointilomake, jota käytettiin auditoitaessa yrityksen asiakaspalveluprosessia. Vuokatti Huskyn toiminnan seuraamisen perusteella laadittiin auditointiraportti.

Auditointiraportissa ilmenee myös auditoinnin tuloksena syntyneet kehittämisideat. Niiden avulla toivotaan Vuokatti Huskyn pystyvän pitkällä tähtäimellä tarkkailemaan ja parantamaan yrityksensä tuotteiden ja palveluiden laatua ja turvallisuutta. Samalla uskotaan yrityksen pystyvän kehittämään kokonaisvaltaisesti toimintaansa.



## 7 YHTEENVETO JA LOPPUPÄÄTELMÄT

Olimme yhteydessä Vuokatti Huskyyn. Yrityksellä ilmeni muutama hyvä vaihtoehto heidän toiminnan kehittämiseksi. Valittu aihe otettiin innolla vastaan ja vaihtoehtoja alettiin pohtia yhteistyössä Kajaanin ammattikorkeakoulun opettajien kanssa.

Aiheen valinnan jälkeen oli aika itsestään selvää valita menetelmäksi toiminnallinen opinnäytetyö, koska se sopi tutkimusmenetelmistä parhaiten tähän työhön. Toiminta suunniteltiin tiiviissä yhteistyössä yrityksen kanssa. Suunnitelman pohjalta oli helppo alkaa toteuttaa itse toiminnallista osiota.

Nykyään palvelualoilla on niin paljon tarjontaa, että yritykset joutuvat panostamaan tuotteisiinsa, joilla erottua positiivisesti edukseen muusta tarjonnasta. Tarjonnan runsauden takia myös asiakkaat vaativat tuotteilta paljon. Ei riitä, että tuote on hyvä vaan palvelunkin täytyy toimia moitteettomasti. Hyvästä palvelusta ja varsinkin huonosta saadut kokemukset leviävät nopeasti asiakkaiden tuttavapiirissä ja sitä kautta eteenpäin.

Alan runsasta kirjallisuutta tutkittaessa huomasimme, ettei yksiselitteisesti voi rajata joitakin asioita. Esimerkiksi ohjelmapalvelut jaotellaan Verhelän ja Lackmanin (2003, 94) mukaan seitsemään tyyppiin: luonto-, liikunta-, terveys-, kulttuuri-, ruoka-, perinne- sekä seikkailu- matkailuun. Tuote taas on vaikeampi jaotella kuuluvaksi vain tiettyyn ohjelmapalveluun. Huskysafaritoimintaa ei siis voi pelkästään laskea kuuluvaksi yhteen tiettyyn ohjelmapalvelutyyppiin, sillä toiminnasta löytyy useita elementtejä erilaisista matkatyypeistä.

Aiemmissa opinnoissa auditointi ei ole tullut missään muodossa esille, joten se oli kokonaisuudessaan uusi asia. Muita aiheita on käsitelty eri kursseilla. Opittuja asioita olemme pystyneet käyttämään tässä opinnäytetyössä hyväksi.

Teorian tutkimisen jälkeen laadimme auditointi- sekä asiakastyytyväisyyskyselylomakkeet tahtuman seuraamista varten. Auditointi suoritettiin Vuokatti Huskyn toiminnan puitteissa. Seurasimme asiakaspalveluprosessin kulkua ja teimme muistuinpanoja. Näiden pohjalta kirjoitimme auditointiraportin, josta ilmenee toiminnan tuloksena syntyneet kehitysideat.

Asiakastyytyväisyyskyselylomake, asiakasrekisteri, tuotekortit sekä perehdyttämiskansio olivat suurimmat kehitysideat. Auditoinnin pohjalta syntyi asiakastyytyväisyyskyselylomake, joka

tehtiin Vuokatti Huskyn toiveiden ja tarpeiden mukaan. Toivomme, että yritys voi käyttää lomaketta pohjana esimerkiksi asiakastytytyväisyystutkimusta varten.

Tornion koiravaljakkotapaturman jälkeen alalla on yleisesti ollut puhetta turvapassista. Toivottavasti sitä ollaan tällä hetkellä kehittämässä. Varsinkin turvallisuutta ajatellen, se korostaisi entisestään oppaan ammattitaitoisen toiminnan tärkeyttä.

Opinnäytetyön teko sujui hyvässä hengessä ja yhteisvoimin saimme aikaiseksi tämän työn. Haluamme erityisesti kiittää Vuokatti Huskyn työntekijöitä yhteistyöstä ja runsaasta tiedonannosta.

## LÄHTEET

### Kirjallisuus ja muut lähteet

- Airaksinen, T. & Vilkkä, H. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Borg, P. & Condit, S. 1997. Kestävä matkailu. Savonlinna: Matkailun osaamiskeskus ja Matkailualan verkostoyliopisto, Joensuun yliopisto.
- Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Juva: WS Bookwell Oy.
- Eklund, J. 2003. Ammattina eräopas. Helsinki: Finn Lectura.
- Erä-Suden huskysafari. 2006. Turvallisuudesta Erä-Suden huskysafareilla.  
<http://www.koillismaa.fi/susi/turva.htm> (Luettu 17.9.2006)
- Heikkilä, H. 2005. Laatu, laadun mittaaminen, auditointi, laatujärjestelmät.  
<http://www.mit.jyu.fi/opetus/kurssit/jot/2005/kalvot/qij.pdf> (Luettu 18.10.2006)
- Heinäluoto, R. 2005. Ohjelmapalveluja Suomessa. Matkailun vuosikirja 2005. 49–61. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hemmi, J. 1995. Ympäristö- ja luontomatkailu. Virolahti: Vapaa-Ajan Konsultit.
- Järviluoma, J. 1993. Paikallisväestön asennoituminen matkailuun ja sen seurausvaikutuksiin - esimerkkinä Kolarin kunta. Oulu: Monistus- ja kuvakeskus.
- Kaartinen, P. 2000. Kuopion Kansalaisopisto. Kirjareferaatti. The Quality Audit Handbook (J.P.Russell 1997) <http://www.koulut.kuopio.fi/Kansalaisopisto/projektit/tqah.htm> (Luettu 9.11.2006)
- Kainulainen, A. 2003. Siperianhusky – rekikoira. 3. painos. Helsinki: Eiriprint.
- Kaleva.plus. 29.12.2005. Pääkirjoitus. Turvallisuus ennen kaikkea.  
<http://www.kaleva.fi/plus/index.cfm?j=533610&mode=print> (Luettu 17.9.06)
- Karlöf, B. & Östblom, S. 1993. Benchmarking. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kuluttajavirasto. 2003. Kuluttajaviraston ohjeet ohjelmapalveluiden turvallisuuden edistämiseksi. Kuluttajaviraston julkaisusarja 9/2003.

Laakso, H. 1999. Brandit kilpailuetuna. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Laasonen, K. 2006. Henkilökohtainen tiedonanto. 26.10.2006.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1998. Markkinointitutkimus. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. 2005. Elämystuottajan käsikirja.

<http://www.elamystuotanto.org/files/20050303125111.pdf> (Luettu 19.9.2006)

Maailman luonnonsuojelusäätiö WWF. 2006. Ekomatkailu.

[www.wwf.fi/ymparisto/ekomatkailu/](http://www.wwf.fi/ymparisto/ekomatkailu/) (Luettu 7.11.2006)

Manninen, R., Matikainen, M. & Miettunen, A. 13.5.2005. Casetutkimusraportti. Projektitoiminnan laadun auditoinnin merkitys. Jyväskylän yliopisto.

[http://projekti.it.jyu.fi/liitetiedostot/tjtst11/arvioitavat\\_artikkelit/RAM1.rtf](http://projekti.it.jyu.fi/liitetiedostot/tjtst11/arvioitavat_artikkelit/RAM1.rtf) (Luettu 9.11.2006)

Pesonen, I., Mönkkönen, T. & Hokkanen, T. 2000. Menestyvä matkailuyritys. Helsinki: Oy Edita Ab.

Turpeinen, R. 2006. A. Henkilökohtainen tiedonanto. 26.10.2006.

Turpeinen, R. 2006. B. Henkilökohtainen tiedonanto. 27.10.2006.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Viherkoski, P. 1998. Laatua luonto-opastukseen. Vammalan Kirjapaino Oy.

Vuokatti Husky. 2006. B. <http://www.vuokattihusky.com/> (Luettu 4.9.2006)

Ympäristöministeriö. 2006. Luontomatkailu.

<http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=700&lan=fi> (Luettu 5.9.2006)

**Vuokatti Husky asiakirjat**

Vuokatti Husky. 2006. A. Liiketoimintasuunnitelma.

Vuokatti Husky. 2006. C. Laatuvalmennus.

Vuokatti Husky. 2006. D. Koiraoppaan tehtävät.

Vuokatti Husky. 2006. E. Oppaan varusteet.

Vuokatti Husky. 2006. F. Riskianalyysi.

Vuokatti Husky. 2006. G. Turvallisuussuunnitelma.

Vuokatti Husky. 2006. H. Valjakkoajo.

Vuokatti Husky. 2006. I. Ohjeet asiakkaalle.

Sari Heikkinen, Jenni Seppänen

**VUOKATTI HUSKYN ASIAKASPALVELUPROSESSIN AUDITOINTI**

**– Laadun ja turvallisuuden näkökulma**

**Auditointiraportti**

Opinnäytetyö

Kajaanin ammattikorkeakoulu

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Matkailun koulutusohjelma

Syksy 2006

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO	3
2 AUDITOINTIPROSESSI	4
2.1 Auditointiraportti	4
2.2 Ajatuksia auditoointitapahtumasta	7
3 YRITYKSEN KEHITTÄMINEN – AUDITOINTIPROSESSIN TULOSTEN PERUSTEELLA	9
3.1 Asiakasrekisteri	9
3.2 Asiakastyytyväisyyskyselylomake	9
3.3 Tuotekortit ja perehdyttämiskansio	10
3.4 Muut esille tulleet kehittämisajatukset	10
4 LOPPUPÄÄTELMÄT	11
LIITTEET	

## 8 JOHDANTO

Tässä auditointiraportissa kerromme Vuokatti Huskyn asiakaspalveluprosessin toteutumisesta. Arvioimme tilanteita asiakkaiden saapumisesta heidän lähtöönsä asti. Kerromme myös omat näkemyksemme tapahtumista, niin positiiviset kuin kehittämistä vaativat kohteetkin.

Auditoinnin tarkoituksena on tuottaa Vuokatti Huskylle puolueetonta tietoa. Tekemämme auditoinnin avulla yritys pystyy kartoittamaan laatuun liittyviä ongelmakohtia, vähentämään kustannuksia ja tunnistamaan uusia mahdollisuuksia. Edellä lueteltuja asioita yrityksen kannattaa ottaa huomioon alan sekä oman toiminnan kehittymisen kannalta. Asiakkaiden tietoisuus muun muassa tuotteiden laadusta ja palvelusta sekä ympäristönäkökohdista on kasvanut lähivuosina. Näin ollen he osaavat vaatia tuotteilta ja palveluilta aiempaa enemmän.

Auditointiprosessin pohjalta syntyi muutamia kehittämisideoita. Yksi oli asiakastyytyväisyyskyselylomake, jonka teimme Vuokatti Huskyn toiveiden ja tarpeiden mukaan. Toivomme, että lomaketta voi tulevaisuudessa käyttää pohjana esimerkiksi asiakastyytyväisyystutkimusta varten. Muut kehitysideat ovat asiakasrekisteri, tuotekortit sekä perehdyttämiskansio.



## 9 AUDITOINTIPROSESSI

Seuraavassa kerrotaan itse seuratun auditointitapahtuman kulkua selvittäen asiaa auditointiraportilla ja omilla ajatuksilla.

### 9.1 Auditointiraportti

Auditoinnin aikana seurattiin kahta eri asiakaskäyntiä 26.10.2006. Toinen ryhmä oli tehnyt varauksen, ja siihen kuului kaksi aikuista ja kolme aikuista lasta. He olivat varanneet tarhavierailun sisältäen valjakkoajelun sekä kahvit lettujen kera. Toinen ryhmä tuli ilman varausta, ryhmään kuului kaksi aikuista ja viisi lasta. He kaikki osallistuivat tarhavierailuun ja kaksi lasta osallistui myös valjakkoajeluun. Ajelun loputtua he nauttivat kahvia ja pullaa.

Havaintoja kirjattiin laaditulle auditointilomakkeelle (liite 1). Tarkoitus oli selventää asiakaspalveluprosessin kulku siitä hetkestä lähtien, kun asiakas saapuu pihaan, siihen pisteeseen asti, kun asiakas lähtee. Tarkkailun pohjalta pyrittiin antamaan palautetta miten Vuokatti Huskyn toimintaa voidaan kehittää laadun ja turvallisuuden näkökulmasta.

Varauksen tehneen ryhmän vastaanotto oli erittäin hyvä. Opas otti ryhmän pihalla vastaan ja käytteli kaikki samalla tervehtien ja esitellen itsensä. Hän kertoi hieman itsestään ja Vuokatti Huskyn toiminnasta yleensä. Hän myös esitteli meidät nimellisesti. Lupa kysyttiin asiakasryhmältä toiminnan seuraamiselle.

Esittelyn jälkeen opas vei asiakkaat sisälle vaihtamaan lämpimämpää vaatetta päälle. Erillinen vaatteidenvaihtoon tarkoitettu huone oli tilava, josta löytyi vaatteita monen kokoisille monenlaiseen säähän. Opas kertoi asiakkaille, minkälaisia vaatteita on tarjolla (sade- ja toppavaatteet), sekä auttoi valitsemaan sopivimmat vaatteet ilman sekä asiakkaiden koon mukaan.

Tässä vaiheessa pihalle saapui autolla toinen ryhmä. Heitä ei alussa kovinkaan huomioitu, koska tiedossa ei ollut toista varausta. Asiakasryhmään kuului kaksi aikuista ja viisi lasta. Asiakkaat saapuivat itse sisälle, jossa toinen opas tiedusteli heiltä, minkälaisella asialla he ovat. Heille myös näytettiin esite, josta he näkivät, mitä tarjontaa oli saatavilla. Toinen ryhmä päätti kokonaisuudessaan osallistua tarhaesittelyyn ja kaksi lasta halusi osallistua koiravaljakkoaje-

luun. Tässä välin oppaat keskenään sopivat, että molemmat ryhmät osallistuvat yhtä aikaa tarhaesittelyyn ja ajeluun niin, että varannut ryhmä ajaisi ensin.

Opas ohjasi varanneen ryhmän varustautuneena takakautta ulos. Yrityksessä toimiva harjoittelija ohjasi toisen ryhmän etukautta tarhalle. Heille ei kerrottu mahdollisuudesta vaihtaa vaatteita. Samalla esittäydyttiin heille ja pyydettiin lupa toiminnan seuraamiseen. Opas tervehti ja esittäytyi myös toiselle ryhmälle ulkona. Hän kokosi molemmat ryhmät tarhan eteen, jossa aloitti tarhaesittelyn kertomalla vastasyntyneestä pentueesta.

Seuraavaksi ryhmät lähtivät oppaan mukana kulkemaan tarhan sisällä, jossa opas kertoi yksityiskohtaisemmin koirista, niiden hoidosta, toimintatavoista, käytöstä ja luonteesta. Tarhassa oli muutama koira, joista hän kertoi tarkemmin. Hän myös vastasi hyvin asiakkaiden kysymyksiin. Ilmapiiri oli positiivinen ja avoin.

Tarhaesittelyn jälkeen asiakkaat siirtyivät tarhan ulkopuolelle, jossa opas näytti kärryjen toiminnot, kuinka valjakkoa tulisi ajaa, ja käskyt, miten koirat liikkuvat. Hän myös kertoi kuvaannollisesti, millainen ajettava rata on ja missä se kiertää. Tämän jälkeen hän vielä pikaisesti kertasi asiat, jotta ne jäisivät paremmin asiakkaiden mieleen. Asiakkaille annettiin kypärät ja suojalasit, joista jokaisen tuli valita itselleen sopivan kokoiset. Oppaalla oli tarvittavan ammattitaitoinen asenne turvallisuutta selvittäessä, ja kaikki kuuntelivat häntä hyvin.

Kuvauksen jälkeen opas alkoi harjoittelijan kanssa ottaa koiria ulos häkeistään odottamaan valjastusta. Opas oli etukäteen päättänyt, mitkä koirat valjakkoon valitaan, ja kertoi, minkä nimisiä koirat ovat ja mitä niistä asiakkaat voivat mennä vapaasti silittämään. Hän myös kertoi asiakkaille mahdollisuudesta valjastaa koiria, mikäli he niin haluaisivat.

Valjastamisen jälkeen asiakkaat siirtyivät aidan toiselle puolelle, ainoastaan ensimmäiset kyytiläiset jäivät odottamaan valjakon viereen. Tässä vaiheessa opas vielä tarkisti valjakon toimintavalmiuden ja sen, että kaikilla asiakkailla oli sopivankokoiset kypärät. Opas myös itse laittoi kypärän päähänsä, osoittaen asiakkaille hyvää esimerkkiä. Opas itse ajoi ensimmäiset kierrokset, kyydissä istujat välillä vaihtuivat. Kierrosten edetessä myös halukkaat pääsivät itse ajamaan. Aina ennen asiakkaan kuskiksi päästämistä opas vielä kertasi toimintatavat, varmisti jarrut, ettei valjakko lähtenyt omia aikojaan etenemään ja ohjeisti liikkeelle lähdössä. Tässä oli sattua hieman ikävästi, koska käsijarru jumiutui kiinni. Oppaan ripeällä ja ammattitaitoisella toiminnalla tilanteessa ei käynyt kuinkaan ja valjakko pääsi hyvin liikkeelle.

Varauksen tehnyt ryhmä oli kyydissä ja ajoi ensimmäiset kierrokset. Vasta sen jälkeen toisen ryhmän kaksi lasta olivat muutaman kierroksen harjoittelijan ohjaamassa pyöräkärkyssä. Tämän jälkeen he lähtivät sisälle kiitellen opasta. Varauksen tehnyt ryhmä jäi vielä ulos ajamaan.

Ulos jäävä ryhmä keskusteli oppaan kanssa ajamisesta ja kyydissä olemisesta. Sillä välin harjoitteli hoiti koirat ketteingeistä häkkeihin ja vei kärkyt, valjaat, suojalasit ja kypärät pois. Opas vielä kierrätti asiakkaita tarhalla ja päästi kaksi koira irti silittelyä varten. Hän kertoi samalla tarinoita ja yleistä asiaa koirista. Tämän jälkeen asiakkaat siirtyivät oppaan johdolla takakautta sisälle vaihtamaan vaatteet. Harjoitteli jäi vielä ulos ruokkimaan koirat.

Sisälle menneen ryhmän otti siellä oleva opas hyvin vastaan tarjoten kahvia ja pullaa. Heille näytettiin esittelyvideo toiminnasta ja vastailtiin kysymyksiin. Maksun jälkeen heitä ohjattiin vierailemaan internetsivuille katsomaan, löytyykö sieltä tuttuja koiria. Halukkaille annettiin koirakortit. Ovella heitä vielä kiiteltiin vierailusta ja toivotettiin tervetulleeksi uudelleen.

Varauksen tehnyt ryhmä tuli sisälle vaihtamaan vaatteita toisen ryhmän lähtiessä. Toinen sisällä ollut opas kyseli kokemuksista ja ohjasi heidät valmiiksi katettuun pöytään. Sisällä alkoi olla aika tunnelmallista illan hämärtyessä ja kynttilöiden loistaessa. Ryhmä oli tilannut kahvit ja liekitetyt letut, joita harjoittelijat tässä vaiheessa paistoivat. Ulkoa tulleen oppaan täytyi vielä neuvoa, miten letut liekitetään. Ilmeisesti harjoittelijoille ei oppi ollut suullisesti mennyt perille. Tämän opetuksen olisi voinut tehdä ennen asiakkaiden saapumista. Opas itse tarjoili asiakkaille letut ja kahvin. Teevettä ei ollut valmiina, koska harjoittelijat eivät olleet ilmeisesti varautuneet teenjuojiin.

Kahvittelun ja lettujen syönnin ohessa asiakkaille näytettiin esittelyvideo yrityksen toiminnasta oppaan samalla jutustellen heidän kanssaan. Halukkaille tarjottiin lisää lämmintä juomaa ja lettuja. Syönnin jälkeen opas kävi hakemassa yhden koiranpennun sisälle näyttille, mikä osoitautui erittäin mahtavaksi asiaksi. Asiakkaiden noustessa pöydästä oppaalla ei ollut kontaktia heihin ennen kun he olivat ulko-ovella lähdössä. Maksamisen jälkeen myös varanneille asiakkaille annettiin koira-aiheisia kortteja ja kiiteltiin kovasti käynnistä sekä toivotettiin tervetulleeksi uudelleen.

Molemmilta asiakasryhmiltä kahvittelun jälkeen kyseltiin kokemuksia ja pyydettiin heitä vastaamaan auditointikyselylomakkeelle (liite 2). Molempien ryhmien mielestä käynti oli onnistunut ja odotukset olivat ylittyneet.

## 9.2 Ajatuksia auditoointitapahtumasta

Safarin varanneen ryhmän vastaanotto oli erittäin hyvä. Opas meni ulos tulijoita vastaan huomioiden heidät kätellen ja jutustellen. Hän puhutteli asiakkaita kertoen hieman taustoja yrityksestä sekä itsestään. Mielestämme opas olisi yritystä esitellessään voinut selvittää enemmän toiminnasta ja henkilöstöstä. Opas kertoi asiansa huumorilla ja erittäin luontevasti samalla siirtyen sisätiloihin. Toisen ryhmän saapuessa olisimme toivoneet toisen oppaan ottavan asiakkaat huomioon ennen kuin he itse tulivat sisälle, ja jutustelemaan heidän kanssaan enemmän kertoen esimerkiksi yrityksestä ja toiminnasta.

Ryhmien yhdistyessä olisimme toivoneet oppaan osoittaneen toiminnallaan ja puheillaan molemmille ryhmille sen, että he tulevat toimimaan yhtenä kokonaisena ryhmänä ulkona olemisen ajan. Tarhaesittelyn alkaessa olisimme myös toivoneet oppaan korottaneen ääntään tai jollakin muulla tavalla osoittaneen varsinaisen esittelyn aloittamisen. Ihan kaikki eivät varmaankaan alkua kuulleet.

Tarhaesittely itsessään oli mielenkiintoinen. Opas kertoi asiantuntevasti koirista ja toiminnasta. Kenellekään ei varmaankaan jäänyt epäselväksi se, että kyseessä oli asiansa osaava ammattilainen. Puhetapa ja kontaktinpito katseen avulla asiakkaisiin oli erittäin hyvä. Jälkikäteen kävi ilmi, että tarhaesittely oli kestänyt normaalia pidempään, joka ihmetytti opastakin. Ilmeisesti asiakkaiden kiinnostus ja kysymysten määrä sai ajan kulumaan odotettua nopeammin.

Koirien valjastaminen sujui jouhevasti ja nopeaan tahtiin. On varmaankin kaikkien etu, että vetoparit on mietitty ja testattu etukäteen toimiviksi, ettei asiakkaiden kanssa tule ongelmia niiden suhteen. Opas tarkasti hyvin kärryn toimivuuden, koirien valjaat sekä asiakkaiden varustuksen sopivuuden. Hän näytti omalla esimerkillään hyvää mallia pistäessään kypärän päähänsä.

Opas varmisti pariinkin otteeseen turvallisuusohjeet kärryn toiminnoista ja ajamisesta. Ohjeistus oli johdonmukaista ja selkeää, ja opas kertoi sen jämäkästi. Ryhmän koon kannalta oli hyvä, että opas kertasi ohjeita useaan kertaan. Näin varmistettiin kaikkien kuulevan ohjeet vähintään kerran. Oli myös hyvä, että turvallisuusohjeita kerrattiin aina kuskien vaihtuessa.

Ulkona ollessa asiakasryhmät keskustelivat paljon keskenään, mikä olikin positiivinen asia. Olisi ollut todella ikävää huomata, että molemmat ryhmät olisivat esimerkiksi halunneet vain henkilökohtaista palvelua. Koska ryhmiä oli kaksi, oli välillä tulla hieman sekaannusta siitä, kuka tulee seuraavaksi kyytiin. Lopulta sekä opas että asiakkaat hoitivat yhdessä tilanteen hyvin.

Molempien ryhmien kahvittelut sujuivat ilman isompia ongelmia, ja sisällä tunnelma oli avoin. Asiakkaista aisti, että he olivat tyytyväisiä vierailuun.

Yrityksen ottaessa harjoittelijoita, tulisi yrityksen myös kunnolla perehdyttää heidät muihinkin kuin koirien hoitoon, erityisesti jos he tulevat toimimaan asiakkaiden kanssa. Saimme ikäväksemme seurata, kuinka harjoittelijat eivät tienneet tai osanneet tehdä heille annettuja tehtäviä liittyen lähinnä tarjoilupuolen tehtäviin.

Yleisesti ottaen oli todella hyvä, että opas jutteli niitä näitä koko ajan. Asiakkaiden kesken ei päässyt syntymään hiljaisia eikä ehkä kiusallisia hetkiä. Oppaan hakiessa pienen pennun sisälle näytille, asiakkaiden odotukset varmaankin ylittyivät. Emme usko heidän odottaneen näkevänsä vierailun aikana noin pientä ja suloista karvaturria, joka vei asiakkaiden sydämet mennessään.

## 10 YRITYKSEN KEHITTÄMINEN – AUDITOINTIPROSESSIN TULOSTEN PERUSTEELLA

Seuraavassa kerrotaan, minkälaisia kehittämisideoita ilmeni auditoinnin perusteella.

### 10.1 Asiakasrekisteri

Vuokatti Huskylle ei vielä tällä hetkellä ole asiakasrekisteriä. Mielestämme sellainen olisi hyvä tulevaisuudessa koota. Erityisesti yritysasiakkaiden markkinointia ajatellen siitä olisi varmasti apua. Asiakasrekisteriin voisi laittaa yhteystietojen lisäksi tarkkojakin tietoja muun muassa asiakkaiden mielipiteistä ja toiveista. Näin myös pystyttäisiin pitämään yhteyttä vanhoihin asiakkaisiin ja pyrittäisiin saamaan heidät uudelleen vierailulle.

Vuokatti Huskyn asiakkaina käy paljon Katinkullan viikko-osakkeiden omistajia. Näistä asiakkaista saisi mahdollisesti hyviä kanta-asiakkaita. Asiakasrekisterin avulla heille saisi kohdennettua erityisiä tarjouksia. Tulevaisuudessa heille voisi kehittää omia kanta-asiakasetuja, esimerkiksi tuotteiden testausta.

### 10.2 Asiakastyytyväisyyskyselylomake

Vuokatti Huskylle ei ole aiemmin tehty asiakastyytyväisyyskyselyä, koska yritys on vielä sen verran nuori. Tällä hetkellä oppaat kysyvät asiakkaiden mielipiteet suullisesti heti toiminnan jälkeen. Kaikki asiakkaat eivät välttämättä uskalla sanoa mielipidettään suoraan oppaan kysyessä. Näin saatu palaute ei ole välttämättä realistista. Suullisessa palautteessa ei välttämättä myöskään tule ilmi kehitysideoita, joista saattaisi olla hyötyä toiminnan kehittämistä ajatellen. Lisäksi vaarana on, ettei opas tapahtuman jälkeen enää muista kaikkea asiakaspalautetta. Lomakkeista saatujen asiakaspalautteiden avulla yritys voisi kehittää palveluja ja tuotteita asiakkaiden toiveita vastaaviksi.

Teimme yhteistyössä Vuokatti Huskyn kanssa lomakkeet englanniksi (liite 3) ja suomeksi (liite 4). Lomakkeet on tarkoitettu yrityksen käyttöön. He voivat käyttää niitä tulevaisuudessa omiin tarkoituksiinsa. Lomakkeet ovat nimenomaan tarkoitettu palvelemaan yrityksen tulevaisuuden toimintaa toimien laatua ja turvallisuutta kehittävänä työkaluna.

### 10.3 Tuotekortit ja perehdyttämiskansio

Vuokatti Huskylalla on ollut mietinnässä tuotekorttien teko jo aiemminkin, ja mielestämme tuotekortit olisi ajankohtainen asia. Varsinkin kun yrityksessä on paljon harjoittelijoita, he voisivat opiskella paremmin tuotetarjonnan selkeän kirjallisen materiaalin avulla. Tuotekortista tulisi ilmetä, millainen tuote on ja minkälaista toimintaa sen tulisi sisältää. Näin myös asiakkaat saisivat paremman mielikuvan valitsemastaan palvelusta tai tuotteesta.

Uusien työntekijöiden tai harjoittelijoiden apuna olisi hyvä olla perehdyttämiskansio. Yleiset huskysafareihin liittyvät ohjeet, muun muassa turvallisuusasiakirja, tulisi myös liittää perehdyttämiskansioon.

### 10.4 Muut esille tulleet kehittämisajatukset

Yhtenä kehittämisideana tuli esille tuotteiden ja palveluiden elämyksellisyyden lisääminen. Esimerkiksi yritys voisi kehittää tuotteille omaperäisempiä nimiä, jotka liitettäisiin kehysker tomuksiin. Näin asiakkaat varmaan kokisivat olevan enemmän mukana ja saisivat sitä kautta syvempiä elämyksiä ja mieleenpainuvimpia kokemuksia.

Ajatuksena heräsi lisäksi kielitaidon merkitys nykypäivän matkailuyrityksille. Matkailijoita saapuu nykyään entistä enemmän ulkomailta. Jos asiakaspalvelijan kielitaito ei ole kunnossa, se voi heikentää kommunikointia. Tämän takia ohjeet eivät välttämättä mene perille ja saattaa aiheutua turvallisuusriskejä.

## 11 LOPPUPÄÄTELMÄT

Mielestämme turvallisuusasiat ovat yrityksessä hyvällä mallilla, emmekä löytäneet niihin kehitettävää. Asiakkaiden kanssa toimiessa täytyy muistaa riittävä ohjeistus ja varusteiden toimintakelpoisuuden varmistaminen etukäteen sekä toiminnan aikana. Moninkertainen varmistus saattaa lisätä aikaa ja kustannuksia, mutta mitään muuta toimintatapaa ei voi olla. Pelkkä turvallisuusohjeiden maininta ei riitä, vaan ne täytyy näkyä toiminnassakin.

Kokonaisnäkemyksemme Vuokatti Huskyn safarien toimivuudesta on rajallinen, sillä emme ole pystyneet osallistumaan pitkien matkojen huskysafarien auditointiin. Otimme auditoitaessa huomioon kaikki mahdolliset lomakkeen kohdat.

Ulkomailta saapuu Vuokatti Huskylle paljon asiakasryhmiä. Varsinkin uuden vuoden aikoihin venäläisiä asiakkaita saapuu runsain määrin, jolloin Vuokatti Huskylle on käytössään venäjän kieltä osaava opas. Tällä hetkellä yrityksellä ei ole ympärivuotisesti venäjän kieltä taitavia henkilöitä töissä. Mielestämme työntekijöiden venäjän kielen taitoa tulisi parantaa, jotta välttyttäisiin mahdollisilta kommunikointiongelmilta.

Yritystoiminnan kasvaessa toivomme yrittäjien pystyvän siirtämään avoimuutensa ja palveluhenkisyytensä uusille oppaille. Näin asiakkaat voivat jatkossakin nauttia Vuokatti Huskyn tarjoamista elämyksellisistä palveluista ja tuotteista.

Toivomme auditoinnin pohjalta kehkeytyneiden laatua ja turvallisuutta parantavien toimenpiteiden olevan hyödyksi Vuokatti Huskyn tulevassa kehityksessä. Uskomme myös kehitysideoista olevan hyötyä yrityksen tulevissa markkinointitoimenpiteissä.

Vuokatti Huskylle on tulevaisuudessa hyvät mahdollisuudet kehittyä yhdeksi johtavaksi Vuokatin alueen ohjelmapalvelun tarjoajaksi. Vuokatin kasvaessa yrityksellä on hyvät valmiudet kasvavien asiakasmäärien hyödyntämiseen, muun muassa Vuokatin läheisen sijainnin ansiosta.



## LIITTEET

Auditointilomake

Auditointikyselylomake

Asiakastyytyväisyyskyselylomake, englanti

Asiakastyytyväisyyskyselylomake, suomi

## AUDITOINTI

Paikka: Vuokatti Husky

Aika: 26.10.2006

Auditoijat: Jenni Seppänen, Sari Heikkinen

### **1. Vastaanotto**

- kuinka nopeasti asiakkaiden tuloon huomioidaan
- tervehtiminen, itsensä esittely
- jos asiakkailla ei ole varausta, paketin valinta

### **2. Paikan esittely**

- tarhan esittely
- talon esittely

### **3. Varusteet**

- varusteiden antaminen
- vaatteiden vaihto

### **4. Koirien laittaminen**

- ajoparien ja järjestyksen valinta
- valjastaminen

- valjakon kasaus

## **5. Ajo-ohjeet/Turvallisuus**

- selkeys
- olennaiset asiat
- opastus
- valjakon ajon näyttäminen
- vetosolmun teon opastus
- käsimerkkien näyttäminen, käskyt
- varmistus, että valjakot ok
- kertaus

## **6. Itse toiminta**

- liikkeelle lähtö
- opastus
- valjakolla ajo
- pysähdykset
- kuskin vaihto

## **7. Purkaminen**

- koirat kettinkeihin, valjaat pois
- juottaminen
- koirat tarhoihin
- vaatteiden vaihto

## **8. Kahvittelu/tarinointi**

- kiertely tarhalla
- kokemusten kuuntelu = välitön asiakaspalaute

## **9. Hyvästit**

- asiakkaan lähtö
- fiilikset mitkä jäi käynnistä



## Auditointikysely

### TAUSTATIEDOT

Päivämäärä: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ 200\_\_

Ikä: ☐ 0-14 ☐ 15 -24 ☐ 25 - 34 ☐ 35-44  
☐ 45 - 54 ☐ 55 - 64 ☐ 65 - 74 ☐ 75 - 84 ☐ 85-

Sukupuoli: ☐ mies ☐ nainen

Asuinlääni: ☐ Etelä-Suomen lääni ☐ Itä-Suomen lääni ☐ Länsi-Suomen lääni

☐ Oulun lääni ☐ Lapin lääni ☐ Ahvenanmaan lääni

Matkan tarkoitus: ☐ työ ☐ vapaa-aika ☐ muu

### Pyydämme Sinua vastaamaan alla oleviin kysymyksiin asteikolla



= erittäin hyvä,



= erittäin huono

? = ei kokemusta



?

#### Yleiset tekijät

Yleinen viihtyisyys ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Yleinen siisteys ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Henkilökunnan palveluasenne ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Henkilökunnan ammattitaito ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Palvelun saatavuus ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐



?

#### Ohjelmapalvelut

Varusteiden taso ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Turvallisuusasioiden huomioiminen ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Retken sisältö ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Ympäristöasioiden huomioiminen ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Hinta-laatusuhde ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Miten vastasimme odotuksiasi? ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Yleisarviosi ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Mitä parantaisit toiminnassamme?

---



---

Mikä oli parasta?

---



---

**Kiitos vastauksestasi!**



## Customer Satisfaction Survey

Please choose the best alternative to the following questions  
Please answer to every question.

1. Date: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ 200\_\_
2. Age: ☐ -17 ☐ 18 – 30 ☐ 31 - 40 ☐ 41 – 50 ☐ 51-60 ☐ 61 -
3. Gender: ☐ male ☐ female
4. Country: \_\_\_\_\_
5. Purpose of the trip: ☐ work ☐ leisure ☐ other, what: \_\_\_\_\_
6. Form of travelling: ☐ alone ☐ group ☐ with family ☐ with friend
7. Information source: ☐ friend ☐ Finfun ☐ internet ☐ Katinkulta  
☐ magazine, what: \_\_\_\_\_ ☐ other, what: \_\_\_\_\_

Please answer the questions below using the following scale 😊 and ☹️.

Give one answer to every line. 😊 = very good ☹️ = very poor ? = no experience

8. General Factor
- Pleasantness in general ☐ 😊 ☐ 😊 ☐ 😊 ☐ 😊 ☐ ☹️ ☐ ?
- Tidiness in general ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ?
- Staff willingness to serve ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ?
- Staff expertise ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ?
- Availability of service ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ?

9. Program Services
- Making reservation ☐ 😊 ☐ 😊 ☐ 😊 ☐ 😊 ☐ ☹️ ☐ ?
- Standard of the equipment ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ?
- Attention to safety issues ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ?
- Content of the activity ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ?
- Attention to environmental issues ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ?
- Price-quality ratio ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ?
- How did we fulfil your expectations? ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ?
- Your general opinion ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ?

10. What would you like us to improve? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

11. What was the best of all? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Thank you for your comments!



## ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Pyydämme Teitä vastaamaan alla oleviin kohtiin sopivimmat vaihtoehdot.  
Vastatkaa ystävällisesti jokaiseen kysymykseen yhdellä vastauksella.

### TAUSTATIEDOT

1. Päivämäärä: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ 200\_\_\_\_\_
2. Ikä: ☐ -17 ☐ 18–30 ☐ 31 – 40 ☐ 41–50 ☐ 51–60 ☐ 61 -
3. Sukupuoli: ☐ mies ☐ nainen
4. Asuinlääni: ☐ Etelä-Suomen lääni ☐ Itä-Suomen lääni ☐ Länsi-Suomen lääni  
☐ Oulun lääni ☐ Lapin lääni ☐ Ahvenanmaan lääni
5. Matkan tarkoitus: ☐ työ ☐ vapaa-aika ☐ muu, mikä: \_\_\_\_\_
6. Matkustusmuoto: ☐ yksin ☐ ryhmä ☐ perhe ☐ ystävä
7. Mistä saitte tietoa: ☐ tuttava ☐ Finfun ☐ internet ☐ Katinkulta  
☐ lehti, mikä: \_\_\_\_\_ ☐ muu, mistä: \_\_\_\_\_

Pyydämme Teitä vastaamaan alla oleviin kysymyksiin asteikolla 😊 ja 😞 . Antakaa yksi vastaus jokaiselle vaakariville.  
😊 = erittäin hyvä, 😞 = erittäin huono ? = ei kokemusta

8. Yleiset tekijät
- |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Yleinen viihtyisyys         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Yleinen siisteys            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Henkilökunnan palveluasenne | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Henkilökunnan ammattitaito  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Palvelun saatavuus          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

9. Ohjelmopalvelut
- |                                   |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|-----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Varauksen teko                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Varusteiden taso                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Turvallisuusasioiden huomioiminen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Retken sisältö                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ympäristöasioiden huomioiminen    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hinta-laatusuhde                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Miten vastasimme odotuksianne?    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Yleisarvionne                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

10. Mitä parantaisitte toiminnassamme? \_\_\_\_\_

11. Mikä oli parasta vierailunne aikana? \_\_\_\_\_

**Kiitos vastauksestanne!**